

Fra ensidig til gjensidig påvirkning

En komparativ analyse av allmennkringkasterne BBC og NRK med vekt på historisk utvikling og digitale strategier

Av Eirik Lyngdal



Masteroppgave i Medievitenskap

Institutt for medier og kommunikasjon

Universitetet i Oslo

Mars 2011

17.3.2011

Sammendrag

Denne masteroppgaven analyserer NRKs utvikling og progresjon ut i fra den britiske kringkasteren BBCs påvirkning på NRK. I oppgaven analyseres relasjonen mellom de to kringkastingene i en historisk kontekst, videre blir det undersøkt om det har skjedd endringer i forholdet med etableringen av utviklingstrekkene digitalisering og konvergens.

Forskningsprosjektet baseres i en kvalitativ tilnærming hvor analysen gjennomføres ved å kombinere informanter, dokumenter og tekstanalyse. I oppgaven konkluderes det med at BBC har fått en endret betydning i NRK, hvor virksomheten ikke lenger fremstår som teknologisk og utviklingsmessig overlegen. Situasjonen har gått fra ensidig til gjensidig påvirkning. Det er særlig med overgangen til en digital mediestruktur hvor endringene i relasjonen mellom de to virksomhetene kommer til syne. Samtidig brukes overordnede samfunnsforhold som forklaringsmodell på hvordan NRK har gått fra å være en institusjon på etterskudd til og i 2010 fremstå som nyskapende og en teknologisk fremtidsrettet institusjon.

Abstract

This thesis analyzes the NRK's development and progress based on the British broadcaster BBCs impact in NRK. The paper analyzes the relationship between the two broadcasters in a historical context, further on it is investigated whether there have been changes in the relationship with the establishment of trends like digitization and convergence. The research project is based in a qualitative approach, where the analysis is carried out by combining informants, documents and text analysis. This paper concludes that there has been a change regarding BBCs influence in the Norwegian broadcaster NRK, where the institution no longer appears as technological and developmental superior. The situation has gone from unilateral to mutual influence. It is particularly with the transition to a digital media structure in which the changes in the conditions between the two institutions appears. The overall social conditions also serves as a model of explanation of how the NRK has gone from being an institution in arrears, and in 2010, emerge as an innovative and technologically forward-looking institution.

Forord

Å skrive masteroppgave har vist seg som et utfordrende, men også en svært lærerik prosess. Det er likevel med en stor lettelse jeg endelig leverer.

Det er flere som fortjener en takk i forbindelse med denne oppgaven. Først og fremst skal min veileder Gunn Enli (v-09/v-11) ha en stor takk for kyndig veiledning gjennom hele prosjektet. Takk for raske tilbakemeldinger, tålmodighet, positivitet og meget gode faglige råd.

Takk til mine intervjuobjekter som har stilt opp. Informasjon og arkivavdelingen i NRK fortjener også en takk for å ha funnet frem dokumenter og annen informasjon.

Til slutt ønsker jeg å takke familie og venner for å bidra med hjelp og motivasjon.

Eirik Lyngdal
Mars 2011
Blindern

Innhold

1. Innledning.....	1
1.1 Tidligere forskning.....	2
1.2 Problemstilling.....	3
1.3 oppgavens struktur.....	4
2. Teoretiske perspektiver	5
2.1 Allmennkringkasting og mediepolitikk.....	5
2.1.1 Allmennkringkasting	9
2.1.2 Kommersialisering av allmennkringkastingen	12
2.2 Digitalisering, mediekonvergens og innovasjon.....	13
2.2.1 Digitalisering	13
2.2.2 Konvergens.....	15
2.2.3 Medieinnovasjon	17
2.2.4 Allmennkringkasting og digitale medier	18
2.3 Nasjonale kontekster Norge og Storbritannia.....	19
2.3.1 Norge	19
2.3.2 Storbritannia	21
2.4 Ulike nasjonale kontekster	23
2.5 Avslutning.....	24
3. Metodiske tilnærminger	27
3.1 Kvalitative intervjuer	27
3.2 Dokumentanalyse.....	30
3.3 Tekstanalyse	33
3.4 Komparativ metode.....	36

3.5 Metodiske utfordringer - validitet og reliabilitet	39
4. BBCs påvirkning på NRK gjennom historien	43
4.1 Forløperne	44
4.2 Fra privat aktør til offentlig monopolist	44
4.3 BBC og NRKs monopolstilling etableres	46
4.4 BBCs innflytelse på NRK forsterkes under andre verdenskrig.....	47
4.5 BBC pionerer innen fjernsynsteknologi.....	50
4.6 NRK og fjernsynet	52
4.7 Fargefjernsynet.....	55
4.8 ITV utfordrer BBC	55
4.9 Institusjonenes kommersielle grener	57
4.10 BBC sentrale i ny teknologi.....	58
4.11 Endrede vilkår og konflikter i BBC med Thatcherism	58
4.12 Liberaliseringen kommer til Norge.....	59
4.13 Oppsummering.....	60
5. NRKs posisjon i endring	63
5.1 NRKs nye digitaliseringsverktøy inspirerer andre aktører.....	63
5.2 Prosessen for NRK og BBC med omlegging til digital radio	66
5.3 Digitalt bakkenett for å sikre Allmennkringkastingen	70
6. NRK og BBCs utvikling på nett.....	75
6.1 NRKs nettsatsning.....	75
6.1.1 NRKs webside	79
6.2 BBC på nett.....	83
6.2.1 BBCs websider	85
6.3 Forskjeller og likheter ved bbc.co.uk og nrk.no	88
6.4 Videreføringer av internett	92

7. Avslutning	95
7.1 Historiske relasjoner.....	95
7.2 Fra ensidig til gjensidig påvirkning	97
7.3 Endrede samfunnsforhold som forklaringsmodell.....	99
7.4 veien videre	101
Litteratur.....	103
Refererte dokumenter	107
Britiske dokumenter	107
Norske dokumenter	108
Andre dokumenter.....	110
Presseklipp.....	110
Intervjuguide 1	113
Intervjuguide 2	114

1. Innledning

Denne masteroppgaven skal undersøke koblingen mellom BBC og NRK, men også kartlegge en generell utvikling i de to medieinstitusjonene med de endringer som har skjedd siden radiokanalen BBC ble etablert i 1922 (Crisell 1997:13). Allmennkringkasting har videre hatt en sterk posisjon i både Storbritannia og Norge med BBC som en ledende og kjent aktør. Trine Syvertsen har tidligere hevdet ”kringkasting er dermed ett av de få områdene i verden hvor Storbritannia fortsatt spiller en ledende rolle. Og dette er en rolle som britene og særlig BBC har elsket og dyrket”(Syvertsen:1991). Denne uttalelsen var med på å danne grunnlaget for å gjennomføre en større oppgave om det historiske forholdet mellom BBC og den norske mindre kjente allmennkringkasteren NRK.

Norge har i europeisk sammenheng lagt langt tilbake på det kulturelle området og levd i skyggen av de større og mer mangfoldig kulturelle dominerende vestlig nasjoner. I kontrast til Norge er Storbritannia en nasjon som har hatt enorm betydning for verdenshistorien med London som et økonomisk, politisk og kulturelt metropolsk midtpunkt i verden. Spørsmålene som fremtrer er derfor om Norge historisk sett alltid har vært på etterskudd og om dette dermed også videreføres ned til en sentral nasjonal institusjon som NRK. Har NRK kun fremstått som et plagiat som kopierer andre aktører, og i så fall kan dette ha en sammenheng med en historisk tendens der en del utviklingstrekk har kommet senere til Norge enn andre typiske vestlige land. På denne måten kan NRK hatt store utfordringer med å videreutvikle institusjonen til å bære prege av innovasjon og nyskapning. Samtidig har Norge gjennomgått store forandringer og blir karakterisert som et av verdens rikeste land i 2011. BNP prognoser fra 2007 viste at Norges BNP pr innbygger lå 84 % over gjennomsnittet i EU (SSB økonomi).

Ved siden av at Norge betegnes for å være en svært bemidlet nasjon ligger landet også langt fremme på den teknologiske fronten. Dette kan underbygges med enkel statistikk. En undersøkelse gjort av SSB for 2009 viste at 91 % av befolkningen hadde brukt pc og internett i løpet av de siste 3 månedene, til sammenligning lå gjennomsnittet for EU på 68 % (SSB: 2009). Infrastrukturen for internett tilgang i Norge er også svært godt utbygd hvor 83 % prosent av husholdningene hadde tilgang til internett via bredbånd. Den videre tilgangen for

de resterende var gjennom ulike løsninger slik som Isdn. Bare 10 % av den norske befolkningen oppgir at de ikke har tilgang til internett i husstanden (SSB:2010). Etter hvert har mobiltelefonen utviklet seg til å bli noe mer enn bare en telefon. I Norge har 97 % av befolkningen mobiltelefon, det innebærer i praksis alle (SSB:2010). Samtidig har det blitt vanlig å benytte mobiltelefonen som innholds og nyhetsleverandør, og Norge har en av befolkningene med den mest avanserte mobilbruken. De siste undersøkelsene fra 2010 viste at 23,7 % brukte en mobilinnholdsleverandør i løpet av uken, det vil da si og for eksempelvis benytte seg av BBC eller NRK tjenester på mobiltelefonen (TNS – gallup 2010).

På bakgrunn av slike betraktninger og endrede forhold er det relevant å studere NRKs utvikling. Et forskningsprosjekt som kartlegger NRK i lys av BBC kan avdekke funn som gir et bedre og mer innsiktsfullt perspektiv på NRKs historiske utvikling. Samtidig som man kan få kunnskap om hvordan en aktør påvirker en annen. I dette tilfellet BBCs påvirkning på NRK. Et slikt funn vil i så fall være vesentlig å avdekke av minst to årsaker. For det første er det et legitimt behov å vite hvor et stort nasjonalt mediesystem henter sin innflytelse fra. For det andre er det viktig å kunne belyse den historiske utviklingen ut i fra ulike perspektiver.

1.1 Tidligere forskning

Som fagfelt har public service broadcasting eller allmennkringkasting fått mye oppmerksomhet innenfor forskningsmiljøer i medievitenskapen. Dette skyldes at fenomenet er vidtspennende med alt fra underholdning til nyhetsformidling og debatt. Det er med andre ord mange sider av virksomheten å studere, samtidig har allmennkringkastingen vist en unik evne til å omstille seg og er derfor fortsatt et sentralt og viktig forskningsobjekt.

Av tidligere forskning som har særlig relevans for denne oppgaven kan jeg for det første nevne de historiske analysene av BBC og kringkastingssektoren i Storbritannia som blant annet har blitt gjennomført av David Crisell med *An introductory history of british broadcasting* 2002. Marc Raboy har også gitt ut tilsvarende publikasjoner hvor blant annet *Public broadcasting for the 21st* 1997 er verdt å nevne. I Norge har en historikeren Hans Fredrik Dahl gjort omfattende av studier av NRKs historie med blant annet en tre binds serie som tar for seg NRK fra begynnelsen til avmonopoliseringen i 1981 (Hallo - hallo! Kringkasting i Norge:1999). Trine Syvertsen har gjort en komparativ doktoravhandling om

BBC og NRK (Public television in transition:1992). I tillegg har hun også studert Kringkastingen i en mediepolitisk ramme og blant annet drøftet public service begrepet i flere artikler.

Den omfattende forskningen som allerede finnes om allmennkringkastingsinstitusjonene gir en unik mulighet til og utforske NRKs utvikling og forhold til BBC på tross av begrensede ressurser. Denne masteroppgaven vil dermed dra veksler på tidligere studier innen allmennkringkasting, men samtidig vil prosjektet belyse nye sider av temaet. Oppgaven vil bygge videre på forskningen som allerede er gjort på NRK og BBC. Videre vil oppgaven gå inn i en mediepolitisk og mediehistorisk tradisjon ettersom mediepolitikken endringer har en eksplisitt binding med utviklingen av allmennkringkastingen.

1.2 Problemstilling

Jeg har valgt å formulere to problemstillinger. Oppgaven er todelt med en hovedproblemstilling og en underproblemstilling. Formålet er for det første å analysere relasjonen mellom NRK og BBC i et historisk perspektiv, det går også frem av hovedproblemstillingen. Underproblemstillingen fokuserer på om det har skjedd endringer, og da med vekt på utviklingstrekk som digitalisering og konvergens som særlig knyttes til midten av 1990 – tallet.

- a) I hvilken grad NRK blitt påvirket av BBCs kringkastingsvirksomhet?*
- b) I hvilken grad har dette endret seg med digitalisering og konvergens?*

For å besvare disse problemstillingene skal jeg analysere hovedtrekkene i medieutviklingen til de to kringkastingsinstitusjonene, og på den måten gjennomføre en kontinuerlig historisk sammenligning med fokus på relasjonene mellom de to virksomhetene. I underproblemstillingen vil fokuset ligge på enkeltelementene i virksomheten til en allmennkringkaster, hvor jeg analyserer hva som er status i de ulike segmentene altså de ulike digitaliserings prosesser og plattformene. Hvor jeg deretter på en hensiktsfull måte drøfter endringene med omveltningene til en digital teknologi.

1.3 oppgavens struktur

Forskningsprosjektet baseres i en kvalitativ tilnærming hvor både utviklingen til BBC og NRK blir drøftet komparativt. Samtidig er oppgavens struktur todelt på den måten at de første kapitlene presenterer teoretiske og metodiske perspektiver, mens de neste kapitlene representerer analysen og drøftelsen i oppgaven.

I kapittel 2 vil jeg presentere oppgavens teoretiske rammeverk. Det vil deles opp i tre hoveddeler hvor jeg starter med mediepolitikk og allmennkringkasting. Deretter vil jeg presentere noen sentrale teoretiske perspektiver på digitalisering og konvergens som blir betegnet som noen av de sterkeste utviklingstrekkene i mediestrukturen. I den siste delen av teorikapittelet vil jeg diskutere de ulike nasjonale kontekstene Norge og Storbritannia opererer innenfor.

Den metodiske tilnærming presenteres i kapittel 3. Jeg benytter flere metoder i forskningsprosjektet og vil dermed konkret drøfte bruken av hver enkelt metode. Avslutningsvis vil jeg vurdere kvalitetssikringen av oppgaven med fokus på forskningsprosjektets grad av reliabilitet og validitet. På den måten blir det redegjort for svakheter ved forskningsprosjektet.

Kapittel 4 til 6 utgjør den analytiske delen av oppgaven. I kapittel 4 drøftes BBCs historiske påvirkning på NRK og den historiske utviklingen til de to virksomhetene. Deretter analyseres endringene som har oppstått med bakgrunn i digitalisering og konvergens. kapittel 5 står som en kontrast mot de forhold som kommer til syne i kapittel 4. Her sammenlignes NRK og BBCs digitalisering av de klassiske mediene radio og fjernsyn. I tillegg drøftes det hvordan NRK ligger i front med digitaliseringsverktøyet "Programbank".

Kapittel 6 knyttes derimot fullstendig opp mot NRK og BBCs online tjenester, her analyseres utviklingen og hvordan nettstedene fremstår i 2010.

I kapittel 7 skal jeg oppsummere hovedpoengene, trekke konklusjoner og på den måten vise hvordan oppgaven har besvart problemstillingen som ble skissert i kapittel 1.2

2. Teoretiske perspektiver

Teorikapittelet deles inn i tre hoveddeler. Mediepolitikk og allmennkringkasting som begrep og utvikling utgjør første del. I andre del skal jeg skissere utviklingen som i større grad har funnet sted de siste årene. Det vil si betydningen av digitalisering, konvergens og nye plattformer som synes å være viktige årsaker for hvilken retning allmennkringkastingen og medieutviklingen har tatt. Til slutt i den teoretiske tilnærmingen vil jeg trekke inn de ulike nasjonale kontekstene som NRK og BBC opererer under; altså nasjonene Norge og Storbritannia.

BBC og NRK er begge allmennkringkastere og representerer det som i utgangspunktet var institusjoner preget av bestemte strukturer og normer. Med tiden har allmennkringkasting utviklet, forandret og revitalisert seg på bakgrunn av politiske, kulturelle, teknologiske drivkrefter. BBCs historiske påvirkning i NRK vil derfor baseres i de faktorer og endringer som er sentrale i beskrivelsen av allmennkringkastingens utvikling, men også de nasjonale kontekstene. Jeg begynner altså kapittelet med å drøfte mediepolitisk utvikling for å tydeliggjøre forståelsesrammene rundt allmennkringkasting.

2.1 Allmennkringkasting og mediepolitikk

Ifølge Helge Østbye kan mediepolitikk defineres på følgende måte: ”De offentliges styring av medienes struktur og virksomhet” (Østbye 1999:73). Til tross for denne begrepsavklaringen påpeker han videre at mediepolitikk overlapper med kulturpolitikk og informasjonspolitikk. Med andre ord er ikke mediepolitikk et fullstendig adskilt eller isolert politisk område. (Østbye 1995: 44-45). Trine Syvertsen påpeker også den uklare avgrensningen av det mediepolitiske feltet da mediepolitikk har fortonet seg ulikt avhengig av hvilken tid man befinner seg i. Det er betydelig forskjell på hva som ble plasseres under det mediepolitiske begrepet i 2010 til forskjell fra 1980 (Syvertsen 2004:15). Stadfestingen av mediepolitikk som et sammensatt område i kontinuerlig forandring hvor ulike faktorer påvirker, preger også analysen av den historiske utviklingen mellom BBC og NRK.

Mediepolitikk henger sammen med utformingen av samfunnet hvor medienes vilkår og rolle gjerne gjenspeiles forøvrig i samfunnet. For å forstå mediepolitikk blir det dermed viktig å

forstå hvilke helt overordnede motpoler som eksisterer. Jeg skal derfor presentere fire divergerende medier eller presseideologier som ble skrevet av Fred S. Siebert, Theodore Peterson og Wilbur Schramm *The four theories of press 1956*. Disse fire presseideologiene eller rammevilkårene er med på å synliggjøre noen av de politisk og ideologiske konfliktene som har preget mediepolitikken og vil bedre grunnlaget for å forstå allmennkringkasteroppdraget og dermed den senere analysen.

The authoritarian theory of the press vier seg til et prinsipp hvor individets rolle er marginalisert og staten har en gjennomført kontroll på mediene. Ytringsfriheten er begrenset til å kun legitimere uttalelser som er til de makthavendes gunst (Siebert et.al 1956:10 – 14). *Liberalistisk medieideologi* bygger på det motsatte hvor individet og demokratiske idealer er i fokus:” all agree that the prime function of the society is to advance the interest of its individual members” (Siebert et.al 1956:40). Frykten for at ikke sannheten kommer frem, men at det derimot er de enkleste og mest underholdende budskap som vinner frem legger grunnlaget for *the social responsibility theory*. Samfunnet måtte i stedet sørge for at mediene spredte den informasjonen som hadde høyest nytteverdi for folket. Ved at mediene ble frigjort for både publikum og eierens kontroll ble denne ideologien optimalisert. Staten kunne reagere ved å selv gripe inn med reguleringer eller på egenhånd drifte medier som var forpliktet til kvalitet og opplysning (Siebert et.al 1956:73 – 77). *Soviet communist theory of the press* representerer en autoritær medieideologi som deler flere likhetstrekk med *the authorian theory of the press* (Siebert et.al 1956:120).

Denne formen for teoretisering av såkalte presseideologier er ikke fastlåste kategorier og med andre ord eksisterer de ikke i virkeligheten. Poenget er likevel at de fire ideologiene synliggjør flere av de viktige overordnede konfliktnivåene for medienes rolle i samfunnet og på den måten gjør det mulig å synliggjøre i hvilket spenningsfelt allmennkringkastingen befinner seg.

I forlengelsen av presseideologiene vil det være hensiktsmessig å vise til det som har blitt karakterisert som ulike reguleringstyper. Trine Syvertsen presenterer i boken *Mediemangfold* (2004) fire adskilte former for reguleringstyper. Hun påpeker imidlertid at dette dreier seg om teoretiske konstruksjoner og altså i likhet med presseideologiene ikke eksisterer i virkeligheten.

Den *kulturpolitiske regulering* baseres helt enkelt på at de kulturelle og politiske funksjoner er overordnet de økonomiske. Det innebærer at medienes rolle er en del av politisk og kulturell offentlighet. På den måten får altså det offentlige et ansvar for å tilfredsstille borgerne med den nødvendige informasjonen og impulser. Som vi skal se er denne formen for regulering nært knyttet til allmennkringkastingen. Med *forbrukerregulering* er den primære hensikten å beskytte publikum fra uanstendige budskap og markedsføring. Mediene betraktes som tjenester som forbrukerne betaler for og de skal beskyttes mot skadelige overtramp. *Næringspolitisk regulering* og *konkurranseregulering* knytter seg alle til en mer liberalistisk markedsregulering hvor mediene betraktes som økonomiske enheter. Det medfører at medienes rolle i stor grad skal bidra til økonomisk vekst. Samtidig er hensikten å beskytte det frie marked og hindre monopoldannelser som kan skade et mangfoldig tilbud (Syvertsen 2004:17 – 22).

Som vi ser av de fire presseideologiene og de ulike typer reguleringsregimer er det særlig konflikten mellom statlig innblanding og den totale frihet for mediene som utkrystalliserer seg. Historisk har man alltid sett et Europa som ligger nærmere den kulturpolitiske reguleringen, mens et USA som knytter seg til en liberalistisk regulering med næringshensyn som den avgjørende faktoren. Samtidig vet man at reguleringen innebærer en kontinuerlig endring med ulike prioriteringer over tid.

I Europa så vi de største mediepolitiske endringene på starten av 1980 tallet. Perioden omtales ofte som dereguleringsperioden eller neoliberalismen. David Hesmondhalgh er en forsker som har beskrevet utviklingen ganske omfattende og påpeker at perioden blant annet kan føres tilbake til bestemte politiske tiltak fra Ronald Reagan i USA og Margareth Thatcher i Storbritannia (Hesmondhalgh 2007:118). Trine Syvertsen forklarer omveltningen i Europa på 1980 tallet ut i fra flere faktorer. Hun påpeker den teknologiske utviklingen:

”teknologiutviklingen setter rammer for medieutviklingen ved å endre definisjonen av hva som er mulig” (Syvertsen 2004:33). Kabel – og satellitt – teknologien gjorde det for det første mulig med flere kanaler i distribusjonsnettene og samtidig en økende mulighet for å motta sendinger over landegrensene (Syvertsen 2004: 37).

Videre påpeker Syvertsen at flerkannelsamfunnet genererte en betydelig konkurranse. Utvidet sendetid, økte priser på innhold er noen eksempler det vises til. På bakgrunn av dette ble det

lagt et ytterligere press for mer liberale vilkår (Syvertsen 2004:34). Et annet forhold var det som ble sett på som en trussel for det nasjonale når utenlandske kanaler tok stadig mer av seertiden. Som en motreaksjon, etablerte flere europeiske land private nasjonale kanaler for å møte dette problemet. I ettertid har dette blitt sett på som mindre vellykket da det førte med seg et enormt press på å skaffe nok programinnhold slik at mye måtte hentes fra utlandet og spesielt USA (Syvertsen 2004:37).

Tatt i betraktning av situasjonen som beskrives, fremtrer spørsmålet om hvorvidt det er mediepolitikken fra myndighetenes side som styrer utviklingen helt bevisst for å oppnå konkrete mål, eller kan det hele begrunnes i teknologisk og økonomisk determinisme.

Forskeren Des Freedman aviser determinismen, men vektlegger heller en balanse mellom de to ytterpunktene hvor han medgir at mediesystemene bygger på politiske målsettinger og verdier, men også tilrettelagt gjennom kombinasjon av sosiale, økonomiske og teknologiske faktorer. Han uttrykker derfor en holdning om et komplekst samspill (Freedman 2008:1).

Tanja Storsul et.al (2007) knytter seg også til denne tanken: The dominant perspective is that the causal relationship between society and technology goes both ways”. Det teknologiske og politiske samspillet som kommer til synet gjør at jeg gjennom analysen vil undersøke hvordan dette befester seg i relasjonen mellom NRK og BBCs utvikling.

Mediepolitikk, demokrati, mangfold, offentlighet, kultur og identitet er ifølge Trine syvertsen typiske mediepolitiske mål (Syvertsen 2004:74). I tillegg til disse målene blir også opprettholdelse av allmennkringkastere i radio og fjernsyn med klare programforpliktelser etablert som et klart mediepolitisk mål for den rødgrønne regjeringen (St meld 30: 2006 – 2007).

Allmennkringkastingen plasseres altså som et tydelig mål i den norske mediepolitikken. Der Helge Østbye beskriver opprettelsen av kinosystemet som en panikkavgjørelse bar derimot opprettelsen av kringkastingen et større preg av nyansert debatt og strategisk tenking (Østbye 1995:21).

2.1.1 Allmennkringkasting

Allmennkringkastingens rolle innenfor mediepolitikken står helt sentralt i de fleste vest – europeiske land og følgelig også Norge og Storbritannia. Som vi har sett er den europeiske mediepolitikken tidlig vært mer knyttet til det Trine Syvertsen (2004:17) beskrev som kulturpolitisk regulering, dette skyldes blant annet allmennkringkastingens sterke posisjon i en rekke europeiske land.

Begrepet allmennkringkasting er for det første en norsk oversettelse av det britiske begrepet Public service broadcasting som i sin tid ble etablert av John Reith. Han hadde visjonære tanker om kringkasting og var overveldet over mediets potensiale: The progress of broadcasting has been cited as the most outstanding example of the potentiality of a combination of a private enterprise and public control” (Reith 1924:72). Han ønsket at en allmennkringkasters rolle skulle være å informere, utdanne og underholde (Syvertsen 1999:9). I boken *Broadcast over Britain (1924)* presenterer han de overordnede prinsipper eller kriterier for hvordan dette skulle fungere. Trine Syvertsen oppsummerer denne presentasjonen i fire kriterier. For det første skal institusjonen inneha monopol, for det andre var det nødvendig med en sikker og uavhengig finansiering. For det tredje skulle det eksistere en geografisk helhetlig dekning og avslutningsvis var det et mål å ha det som beskrives som en paternalistisk programprofil (Syvertsen 1991). Monopol og lisensfinansiering av kringkastingen var essensielt for Public service ideologiens grunnlegger. Han vektla sterkt betydningen av allmennkringkastingen som et offentlig gode distansert fra markedskreftene:

The company operates as a public utility service, and it is of great importance that this should be definitely recognized. In other words the company is not out to make money for the sake of making money (Reith 1924:s57).

Han begrunnet dette med at et kommersielt press ville forvitte public service verdiene ettersom det ville føre til et ensidig fokus på publikumsoppslutning og ødelegge for det informative og kulturelle ved kringkastingen. Med andre ord ble det sett på som en umulig oppgave å opprettholde en såkalt paternalistisk programprofil med markedsøkonomisk logikk. Den paternalistiske programprofilen kan i følge Ketil Halse et.al beskrives med at det var et

mål for kringkastingen at publikum skulle innrette seg etter og respektere institusjonen på lignende måte som andre samfunnsinstitusjoner. På den måten respekterte man det som et verktøy i nasjonens interesse (Halse et.al 2003:63). Likevel skulle det også eksistere et mangfoldig tilbud som fokuserte på den typiske populærkultur, men hovedprioriteringen var nok likevel preget av elitisme og finkultur: Selskapet skulle tilby det beste fra kunst og kulturliv” (Halse et. al 2003:62)

Fokuset eller betydningen av en helhetlig dekning henger sammen med prinsippet om et nasjonalt verktøy hvor distriktene ble inkludert. Ved bruk av reportasjer og kunnskapsformidling fra ulike landsdeler skulle man ivareta mangfoldet og vektlegge alle deler og fellesskapet i nasjonen (Halse et.al 2003:62 - 63). Det nasjonale fellesskap som vektlegges for allmennkringkastingens rolle kan også knyttes opp Bendict Andersons teorier i boken *Imagined communities* (1988). Han peker på en rekke spesifikke historiske elementer som kan forklare hvordan oppstandelsen av fellesskapet innenfor en nasjon har oppstått. Han vektlegger utviklingen av den trykte litteraturen og lingvistikk som holdepunkter for å forklare nasjonalt fellesskap. Allmennkringkastingens rolle kan ses på som en videreføring av dette, nettopp fordi vi har sett at å binde nasjonen sammen gjennom en felles kultur var et hovedmål.

Som tidligere nevnt finner vi igjen de samme prinsipper for organiseringen av kringkastingen i store deler av vest – Europa også for Norges del. Sitatet nedenfor er hentet fra telegrafdirektøren i Norge i tiden hvor debatten om radioen fant sted.

Telegrafdirektøren: *Folk reagerer som kjent mot alt som har karakter av påtvungen oppdragelse, uansett art folkeopplysningsarbeid vil ha denne vanskelighet å kjempe. Hvis arbeidet skal gi resultater må ledelsen i virkeligheten påtvinge folk kulturell oppdragelse. Kunsten blir å finne den rette måten å gjøre dette på: Å finne de diskrete og effektive midler som skaper folkeopplysning uten friksjon med lytterens animositet mot å bli undervist og opplært.* (Dahl 1975:171)

Myndighetspersoner i Norge vektla som vi ser også det folkeopplysende prosjekt en kringkaster kunne inneha, men det måtte praktiseres på en pedagogisk måte som hindret lytteren følelsen av at han ble belært av en autoritet. I tiden rundt opprettelsen av NRK-monopolet i Norge formulerte stortingskomiteen følgende: "Om bare kringkastingen kom under offentlig kontroll kunne den bli ei fyrsterangs byggjande makt i folkelivet" (Innst. S.1,1933 i Syvertsen 2001:6). Dette er også som vi ser med på å gjenspeile de samme tankene for kringkasting som oppstod med John Reith i Storbritannia.

I Trine Syvertsens (1992) doktoravhandling blir det påpekt at det ikke finnes noen klare tegn eller beviser på at norske myndigheter adopterte BBC-formelen bevisst ved opprettelsen av norsk rikskringkasting. Istedenfor mener hun det heller fremstår som en måte å distansere seg fra organiseringen av radioen i USA. I den forbindelse kan det være hensiktsmessig å peke på noen årsaker som synliggjør den bestemte organiseringen av allmennkringkastingen. David Hesmondhalgh er en forsker som peker på noen sentrale punkter. Radioen ble etter hvert sett på som en nasjonal ressurs synonymt med vann eller olje, ettersom man så den betydelige nytteverdien i dette mediet som sosialkraft og kommunikasjonsmiddel (Hesmondhalgh 2007:111 – 113). For det andre representerte radioen en begrenset teknologi: "Radio should be run or at least overseen, by PTT. This seemed particularly the case given spectrum scarcity" (Hesmondhalgh 2007:112). Radioen måtte derfor utnyttes best mulig etter de begrensninger den hadde teknologisk. Derfor mente myndigheter i flere land at staten var best egnet til å regulere denne ressursen. I dette ligger det altså et premiss om radioen som en betydelig ressurs og offentlig gode. Derfor er dette med på å danne bakgrunnen for den bestemte organiseringen (Bastiansen & Dahl: 2008:47 – 48). Idealer som formålstjenlig informasjon, kulturelt og nasjonalt fellesskap konstanteres også som viktig brikker i opprinnelsen av allmennkringkasting med en samtidig betingelse i teknologisk begrensning.

Med bakgrunn i allmennkringkastingen som en nasjonal og offentlig gode ønsker Mike Feintuck å påpeke allmennkringkastingens kobling opp mot the social responsibility theory som ble presentert tidligere. Han antyder at teorien har en sterkere tilknytning mot kringkastingen enn det som har vært tilfelle for den trykte pressen (Feintuck et.al 2006:57). Dette kommer blant annet til syne gjennom hvordan kringkastingen etter hvert etablerer seg som et mediepolitisk verktøy. Jeg skal derfor undersøke dette nærmere i analysen hvordan

eventuelt NRK og BBC digitaliseringsprosesser også knyttes opp mot overordnede mediepolitiske mål.

2.1.2 Kommersialisering av allmennkringkastingen

Med avmonopoliseringen av allmennkringkastingen og etableringen av kommersielle kanaler blir allmennkringkastingsbegrepet for første gang tatt i bruk. Trine Syvertsen sier at begrepet oppstod ”for å skape distanse til de kommersielle kanalene i markedet” (Syvertsen 2004:179). Likevel blir det stilt spørsmål om betydningen av begrepet etter hvert får et svært sprikende innhold. Spesielt problematisk blir definisjonsspørsmålet ved opprettelsen av det som har blitt betegnet som hybride eller kommersielle kringkastere. Mike Feintuck beskriver en generell historisk mangel på begrepsdefinering av Public service broadcasting i Storbritannia og hvordan situasjonen har utviklet seg til det verre “The further expansion of channels to the public service ethos has posed severe challenges to the public service ethos which used to predominate” (Feintuck 2006:41 - 45).

Trine Syvertsen påpeker videre at med denne mangelen på en begrepsmessig avklaring og klar definisjon har begrepet utviklet seg til å bli noe viktig å smykke seg med i jakten på privilegier, men ikke minst de attraktive mediekonsesjonene. Likevel mener Syvertsen å kunne beskrive dem på bakgrunn av noen felles holdepunktene de innehar: ”de betraktes som instrumenter for å realisere overordnede mediepolitiske mål” og at de har fått tildelt visse privilegier fra myndighetene i bytte mot å utføre viktige samfunnsoppgaver” (Syvertsen 2004:179). Til tross for den beskrivelsen blir både allmennkringkasting og naturligvis Public service broadcasting stående som problematisk å definere. Syvertsen beskriver en utvikling i Storbritannia som skilte seg særlig ut når det gjaldt defineringen av allmennkringkasting, der hadde på begynnelsen av 1990 tallet nesten alt av mediesystemer prøvd å legitimere seg under begrepet (Syvertsen 1999).

En stadig mer kommersiell tankegang befester seg etter hvert blant de opprinnelige allmennkringkasterne. Med konkurransen ble det derfor et behov for allmennkringkaster institusjonene å vise at man fortjente å se dagens lys altså legitimering av sin egen rolle som innebar betydelige fordeler. Med monopol stod politikerne ansvarlig, men ved konkurranse måtte også publikummet verdsette sendingen altså en forbrukerorientert retning. Trine Syvertsen beskriver nettopp endringen fra monopoltilværelsen som en situasjon hvor du

egentlig ikke konkurrerer om verken seere eller program og derfor oppstår en prioritering av kulturelle og sosiale hensyn. Der monopoltilværelsen kan innebære en orientering mot produksjon, hvor det medarbeiderne tror er viktig prioriteres, vil distribusjonen og fokuset på seerne være fokuset i et duopol eller en konkurransesituasjon (Syvertsen 1997:13) Et større fokus på publikumsoppslutning etablerte seg derfor. Med monopoloppløsning i Storbritannia kom første seermålinger allerede i 1955 (Crisell 1997:82). Med bakgrunn i Trine Syvertsen sin beskrivelse av de ulike forhold som monopol og konkurranse innbærer vil jeg undersøke om denne situasjonen kan ha ført til ulik utvikling mellom NRK og BBC.

2.2 Digitalisering, mediekonvergens og innovasjon

I forrige del så vi hvordan allmennkringkasting gikk fra å være et monopol og folkegode, til og etter hvert å befeste seg mot en økende grad av kommersiell orientering med bakgrunn i mediepolitisk liberalisering og teknologi. Jeg skal i denne delen av teorikapittelet gi en innføring i hva digitalteknologi innbærer og diskutere begrepet konvergens med fokus på hvordan det blir viktig for min senere analyse av NRK og BBCs utvikling og etablering på nye plattformer. Samtidig innebærer den økende grad av kommersialisering og ny teknologi at det i større grad blir viktig for NRK og BBC å opptre nyskapende. I den forbindelse vil jeg også gi en kort innføring hva innovasjon innebærer slik at det blir mulig for analysen å peke på hvilket av de to institusjonene som eventuelt har kommet lengst når det gjelder innovasjon.

2.3.1 Digitalisering

Digitalt innebærer at det står i motsetning til noe som er analogt. Analoge medier baserer seg på kontinuerende varierende verdier man kan få informasjon ut ifra ved å måle variasjonen i disse verdiene. Derimot baseres digitale medier seg på diskontinuerende informasjon, de bryter ned verdens konstante bølge av data til en serie adskilte prøver som tas med jevne intervaller. Et digitalt signal kan kun ha en av to mulige verdier 0/1 og er på den måten mindre utsatt for forstyrrelser og feiltolkninger som de analoge signaler. Disse tallene betegnes som binære koder, og representerer også datamaskinens språk. Digitalisering refererer derfor til en teknologisk forandring eller prosess hvor analoge signaler erstattes av digitale (Jensen 2000:24). Digitalisering blir på den måten et slags universelt språk som kan

leses av en datamaskin. Det blir også gjeldene på flere basiske kognitive aspektene som også gjelder for mennesket som kommunikasjon, prosessering, lagring og transport

Fordelene med digital teknologi fremfor analog teknologi er mange og vesentlige. Digital teknologi kan representere flere uttrykksformer og latente informasjonstyper som bearbeides på samme teoretiske grunnperspektiv. På den måten kan forskjellig informasjon overføres til forskjellige medier. For eksempel å overføre et bilde fra det digitale kameraet til en datamaskin. I det digitale system blir datamaskinen et slags sentrum. Lagringen innenfor den digitale karakter er heller ikke uvesentlig, digital informasjon tar langt mindre plass, det er dermed lettere og mer økonomisk og transportere eller distribuere. Denne økte lagringskapasiteten muliggjør det å distribuere et større spekter av fjernsynskanaler eller radiokanaler enn tilfellet var i et analogt nett. Den digitale informasjonen gir dermed fordelaktigheter og gjør kopiering og bearbeiding mye lettere og mindre tidkrevende.

Datamaskinen er som sagt det nærmeste vi kan komme et slags sentrum når det gjelder digitaliseringen, internetts oppstandelse skyldes nok datamaskinen. Internett er i hovedsak en videreføring av intranettet. I all enkelhet dreier internett seg om et nettverk hvor datamaskiner kobles sammen. Altså er internett en standard for å knytte sammen datanettverk (Fagerjord 2008:17). For å være koblet til nettet er man avhengig av at datamaskinene kommuniserer med hverandre eller sagt på en annen måte at de ”snakker samme språk”. Dette språket er da regler for overføring av data. Denne overføringen av data bygger på en teknologi som i første omgang baseres på det amerikanske *Arpanett* fra 1968 som igjen førte til internett sin oppstandelse i 1989 (Fagerjord 2008:10). Teknologien bygger på en pakkeoverføring hvor informasjonen som skal deles sendes i mindre enheter eller pakker. Datamaskinen på andre siden; altså den som mottar, vil sette pakkene sammen igjen. Når denne overføringen av data finner sted kommuniserer datamaskinene med det vi kjenner som internett protocol og transfer control protocol. Forkortelsen IP/TCP er kanskje mer kjent. Datamaskinene som er koblet til internett vil identifiseres av en IP adresse (Feldman 1997:111-112). Anders Fagerjord (2008:17) relaterer Internett sitt virkelige kommersielle gjennombrudd omkring midten av 1990 tallet og settes i sammenheng med oppfinnelsen av World Wide Web i 1991 og nettleseren i 1992. World wide web er den største tjenesten på internett og også der du finner sidene til bbc.co.uk og nrk.no. Verdensveven som er den norske betegnelsen har et grensesnitt som er tilgjengelig for alle tjenester, den er også plattformuavhengig og inkluderer

både tekst, lyd, bilde o.s.v. Det baseres i HTML teknologien, som bygger på en spesifikk måte å strukturere dokumenter på.

2.2.2 Konvergens

Jens F. Jensen prøver med denne enkle definisjonen å relatere konvergensbegrepet til dagens mediesektor: "Begrepet konvergens refererer til flere samtidige og delvis sammenhengende bevegelser i den aktuelle mediesituationen" (Jensen 2000:26). Det blir ofte vist til flere aspekter ved konvergens, det teknologiske aspektet blir av mange tillagt størst vekt innefor mediekonvergens teorien. Konvergens i den sammenheng betyr at tidligere ulike teknologier samles om de samme tekniske prinsipper og at du altså på den måten får tidligere adskilte uttrykk gjennom samme distribusjonsnettverk (Jensen: 2000:27). Dermed opplever distribusjonen også en konvergens på den måten at man kan ha ulike tjenester over samme nettverk. NRK kan i prinsippet distribuere alt gjennom internett.

Konvergens refererer derfor til en prosess der alle former for innhold kan formidles gjennom alle former for overføringsmedier, noe som gjør det mulig å overskride de tradisjonelle grensene mellom telekommunikasjon, kringkasting og informasjonsteknologi" (Syvertsen 2001:10) Med denne definisjon bringer Trine Syvertsen konvergensbegrepet enda nærmere til essensen av medieutviklingen og til implikasjonene det innebærer for NRK og BBC. Ettersom det blir vanskeligere å skille tidligere virksomheter fra hverandre er det følgelig også mer komplekst å regulere. I lys av denne situasjonen blir "regulatory convergence" aktuelt. Med dette begrepet lanserer Anders Fagerjord.et.al (2007:27) et nytt perspektiv på konvergens hvor det knyttes til de mer politiske eller regulatoriske sidene ved begrepet. Her påpekes det at en differensiert regulering av mediene kan ha utspilt sin rolle når skilleveggene mellom tidligere medier er blitt mindre tydelige (Fagerjord.et.al 2007:28 – 29). Ut i fra min problemstilling er det disse aspektene ved konvergens som blir viktigst for analysen.

Ettersom NRK og BBC er virksomheter som opererer i et marked blir det likvel aktuelt å vise til det industrielle eller markedsmessige elementet av konvergensbegrepet. Et slikt aspekt viser til hvordan ulike bransjer nå går sammen om å tilby tjenester og produkter, altså tidligere ulike økonomiske sektorer vokser delvis sammen og konkurrerer i samme markeder. Dette kan forklares ved at digitaliseringen gjør det mulig med endeløs gjenvinning av tidligere produsert innhold. Dette fremmer en økonomisk logikk der alle vil utnytte de

stordriftsfordeler og synergieffekter ved kommunikasjonsvirksomheten (Syvertsen 2004:35). Dermed blir det prinsipielle skillet mellom radio, tv og andre mediesektorer er i ferd med å bli økonomisk opphevd. Trine Syvertsen (2008:35-36) beskriver en mulig konsekvens av dette, ”hvor utviklingen styres av kapitalsterke selskap, og mindre selskaper får store vanskeligheter med å hevde seg på grunn av de høye kostnadene ved å etablere digitale distribusjonsnettverk”.

Ved konvergens kan også det motsatte oppstå nemlig divergens. Når det blir argumentert for at det finnes en produktmessig konvergens som viser til hvordan innholdsproduktet kombineres utover flere plattformer kan det hevdes at dette også er en oppstykking. David Hesmondhalgh (2007:263) antyder at begrepet like gjerne kan forstås som mangfoldiggjøring altså en generell spredning. Eksempelvis er ikke NRK kun en radiokanal, men bedriften er også et nettmedium og et fjernsynshus med flere kanaler. De leverer også innhold gjennom mobilplattformen og lesebrettet. Det er derfor ikke alltid like lett å forholde seg til begrepet på en klar avgrenset måte. Derimot inneholder begrepet flytende overganger som innenfor mediesegmentet er knyttet tett opp til digitalisering. Dette er ikke på bakgrunn av at ordene nødvendigvis betyr det samme, men selve konvergens i mediebildet har i stor grad oppstått som en reaksjon på utviklingen av den digitale teknologi. Walter Kampmann beskriver denne situasjonen som to logikker hvor man på den ene siden har denne såkalte sammensmeltingen av mediene. Mobiltelefonen utkrystalliserer seg som et perfekt eksempel. Den har utviklet seg til å bli en smeltedigel hvor nesten alle medier er tilgjengelige. Du kan se på NRK fjernsyn, surfe på BBCs nettsider, snakke i telefonen eller høre på musikk. Den utviklingen defineres som en reduksjon i følge Kampmann. Samtidig beskriver han denne motsatte logikken og refererer til konvergens som en form for ekspansjon hvor det hele tiden oppstår nye plattformer og gjenstander mottakelige for innhold (Kampmann 2005:38 – 39).

Konvergens skjer altså på flere områder og utviklinger og er derfor heller ikke et statisk begrep, men implementeres av stadige nye betydninger i en rask digitalisert utvikling. Selv om begrepet opprinnelig burde kunne forstås som et slags synonym for sammensmelting vil ikke det være dekkende nok for den betydningen av ordet vi har tillagt det innenfor medieforskningen. Det kan underbygges med at når for eksempel NRK som allmennkringkaster fordeler sitt innhold utover flere medieplattformer ville det ført til uklarheter om man kun forstod konvergens som en sammensmelting.

2.2.3 Medieinnovasjon

Å være nyskapende er en sentral verdi og et honnørord for de store medieaktørene. Gjennom flere strategidokumenter opplyser NRK at de skal være nyskapende (*overordnet strategi 2007 – 2012*). I den forbindelse ønsker jeg å presentere noen av hovedteoriene på denne fronten. Med etableringen av hva en innovativ handling innebærer muliggjør den senere analysen å avgjøre hvorvidt NRK og BBC handler innovativt. Å være nyskapende er et sentralt punkt for utviklingen ettersom innovasjon og nyskaping innen mediesektoren har utviklet seg til å bli sett på som et viktig premiss for å overleve inn i fremtiden. Dette kan begrunnes i en økende konkurranse blant annet på grunn av digitalisering. En enkel definisjon av innovasjon, innebærer simpelthen ”the commercialization of something new”. En mer utfyllende forståelse vil si det dreier seg om en suksessfull implementering av kreative ideer omformet til varer og tjenester (Kranenburg et.al 2008:5). Det vil si at NRK og BBC kan risikere å være nyskapende eller innovative når de for eksempel lanserer nye tjenester på internett. Likevel vil ofte en innovativ handling medføre større prosesser og det er også et viktig fokus for innovasjonsteorien; de vil fokusere på prosessene som fører frem til utarbeidelse av det endelige produktet med forhold som organisatoriske strukturer, strategier og forholdet mellom innovasjon og bedriftens prestasjoner (Kranenburg et.al 2008:5). Altså vil innovasjonsteoretikere fokusere på hele den organisatoriske og strategiske prosessen frem til BBC lanserer en ny tjeneste på nettsidene deres.

Forskeren Clayton. M Christensen (1997) hevder at å være innovativ for store og veletablerte virksomheter spesielt møter utfordringer ved innovasjon og nyskaping. Denne gruppen institusjoner kan ofte bli forbigått av nye og mindre aktører i konkurransen om innovative produkter og tjenester, fordi gode ideer på lang sikt ikke nødvendigvis fremstår som gode og lønnsomme på kort sikt. Poenget er at etablerte institusjoner har en tendens til å overse betydningen av ny disruptiv teknologi (Christensen 1997:xv). Han begrunner påstanden med at det for veletablerte selskaper ofte innebærer å undergrave den nåværende forretningsmodellen. Det kan for eksempel innebære og konkurrere mot deg selv. Denne teorien er særlig aktuell for NRK og BBCs utvikling da begge går under kategorien store veletablerte virksomheter.

I en vitenskapelig artikkel av medieforsker Vilde Schancke Sundet (2008) utfordres teorien med et konkret eksempel fra NRKs satsing på mobilinnhold. Her konkluderer Sundet med at NRK i denne konkrete situasjonen klarer å opptre innovativt og eksperimenterende. De benytter seg av sine stordriftsfordeler og krysspromoterer sitt eget innhold på en vellykket måte. NRK viste dermed at de kan unngå de fallgruvene som Christensen (1997) hevder veletablerte selskaper ofte havner i.

2.2.4 Allmennkringkasting og digitale medier

Allmennkringkastingen sine privilegier i forhold til andre medier fortsetter å skape kontroverser når skilleveggene rives ned og de tidligere adskilte mediene leverer tilsvarende innhold over samme plattform. Foruten fragmentering i fjernsyn og radiomarkedet pekes det også på en fragmentering av publikums mediekonsum. Gjennom internett tilbys publikum stadig mer innhold som kringkastingen leverte før i tiden. Det argumenteres derfor at behovet for en kringkastingsregulering i fjernsynsmarkedet er overfladisk når tilbyderne og kanal mangfoldet er blitt så breitt. Samtidig kommer Allmennkringkastingens etableringer på nye plattformer særlig til syne på internett, men i videreføringen av dette er også mobiltelefon blitt en viktig plattform.

Trine Syvertsen skriver at allmennkringkastingen på bakgrunn av digitaliseringen nå opplever å bli truet på deres legitimitet (Syvertsen 2001:8 – 11). Videre sier hun at teknologisk utvikling gjør at kulturpolitisk, men ikke minst mangfoldsregulering blir overflødig (Syvertsen 2004:32). I en kronikk av Kringkastingssjef Hans – Tore Bjerkaas påpeker han at man fortsatt er avhengig av en sterk allmennkringkaster for å sikre mangfold selv i nisjemarkedet (DN: 22.11.2010).

Allmennkringkastingen må argumentere for deres rolle både ovenfor publikum, konkurrentene og politikerne. Konkurrentene mener deres enorme privilegier må ha sammenheng med hva de leverer og at de da ikke kan konkurrere på de samme områdene, og at reklamen på nett er problematisk: NRKs konkurransevidende virksomhet på nett bør stanses” (Øgrim:2010). I en artikkel skrevet på NRKs intranett blir nettopp denne problematikken aktualisert. Eirik Jacobsen viser til hvordan BBC på enkelte områder nedjusterer sin virksomhet for å blidgjøre konkurrenter: ”Fram til nå har de satset på å være

førstevalg i alle kanaler. Nå sier de at virksomheten er blitt for omfattende og at det skal skapes rom for kommersielle aktører” (Jacobsen 2010:1).

Medieforsker Hallvard Moe tar til ordet for en differensiert regulering av allmennkringkastingen og mener at begrepet ikke trenger å være et overordnet regulatorisk begrep: ”Vi må gi slipp på «kringkasting» som overordnet regulatorisk begrep og tillegge nye medieplattformer en selvstendig rolle i NRKs samfunnsoppdrag (Moe 2008:376) Han tar til orde for en regulatorisk debatt i forhold til hva hensikten skal være med den kommersielle virksomheten på nye plattformer som internett og spør seg om det ikke er mulig at NRK driver kommersielt på internett som en tilleggstjeneste utenfor kringkastingsoppdraget.

2.3 Nasjonale kontekster Norge og Storbritannia

I kapittelet om mediepolitikk viser jeg hvordan medienes rolle i samfunnet ofte vil henge sammen med den mer generelle utforming av samfunnet. For den videre analysen er det viktig med en oversikt over sentrale karakterstikker og systemer ved de to nasjonene og dermed etablere hvilke nasjonale kontekster NRK og BBC opererer i. De fleste av oss kjenner Norge og Storbritannia som to vest- europeiske land med bare Nordsjøen som skiller oss geografisk, likevel er det vesentlige forskjeller mellom de to nasjonene.

2.3.1 Norge

Norge er en nasjon i det nordlige Europa nærmere bestemt plassert på den skandinaviske halvøya med grenser til Sverige Finland og Russland i øst. Utover dette er landet dekket av hav. Med sine 4 930 538 innbyggere (SSB:2011) er Norge et lite land, både i verden og europeisk sammenheng. Rent geografisk er derimot Norge et relativt stort land med et totalt landområde på 385 155 km², noe som betyr at Norge er Europas sjette største land målt i landareal. Norge kan derfor karakteriseres som et tynt befolket land med spredt bosetting til tross for at nesten en fjerdedel av befolkningen bor i hovedstadsområdet (SSB:2010). I tillegg til dette er den norske topografien preget av fjell og daler med en relativt lav andel jordbruksareal som tilsvarer ca 3 % (Bull.et.al 2004:547). Den norske befolkningen kan beskrives som relativt homogen, men Norge har likevel fått en betydelig innvandringsbefolkning. I januar 2010 utgjorde befolkningen som enten var innvandrere eller

norskfødt med to innvanderforeldre 11,4 % av den norske befolkningen (SSB:2011). Norge er ikke medlem av EU, og har takket nei gjennom folkeavstemning to ganger.

Norges politiske system er offisielt et konstitusjonelt monarki, men også et parlamentarisk demokrati som fikk sin grunnlov på Eidsvoll i 1814 etter å ha vært underlagt Danmark i 200 år. Etter 1814 ble Norge innlemmet i union med Sverige, men brøt ut av unionen på fredelig vis i 1905. Det norske politiske system som ble utledet i grunnloven i 1814 bygger på maktfordelingsprinsippet. Det innebærer at Norge har tre offisielle statsmakter fordelt på Stortinget som den lovgivende makt, regjeringen som den utøvende makt og domstolen som den dømmende makt. I tillegg kommer også forvaltningen som en sentral institusjon i samfunnet. Kongen er statsoverhode og velger sin regjering, men har i praksis ingen reell makt, det hele er kun symbolsk. Norges politisk system bygger altså på demokratiske prinsipper hvor blant annet ytringsfrihet er en grunnpilar. Et annet viktig prinsipp er Parlamentarismen som tilsier at regjeringen må ha støtte fra et flertall av Stortinget for å danne regjering. Med andre ord utgår regjeringen fra Stortinget. Norge ledes i 2011 av Jens Stoltenbergs rødgrønne regjering. De 169 representantene på stortinget velges hvert fjerde år etter det som blir karakterisert som stortingsvalg (Berg, SNL: 2011). Norge bestod i 2010 av 430 kommuner (SSB: 2011).

Norge rangeres ofte på topplistene i ulike kåringer over verdens nasjoner og regnes som et av verdens rikeste land pr innbygger (Redaksjonen SNL: 2011). Dette baseres blant annet på BNP, hvor nasjonen de siste årene stort sett rager på topp sammen med land som Luxembourg. I BNP måling fra 2007 – 2009 rangeres Norges BNP pr. innbygger som nummer to bak Luxembourg (Eurostat:12.1.2011). Den norske økonomien omtales gjerne som en blandingsøkonomi hvor det meste er overlagt private aktører, men hvor det offentlig står ansvarlig for en del nøkkelfunksjoner som helse, skole og velferd i tillegg til å drive aktiv regulering av privat næringsvirksomhet. Fordelingspolitikken har vært et helt sentralt punkt i Norges økonomiske utvikling hvor et viktig kriterium har vært at alle skal få ta del i velstandsutviklingen. Et grunntrekk ved norsk økonomi er at vi tidlig ble trukket inn i industrialiseringsprosessen som har stått sentralt de siste 200 år (Munthe SNL: lest 11.1.2010). Norge har hatt et en sterk økonomisk vekst og velstandsutvikling. Fra å opprinnelig være en skogbruks – og skipsverftnasjon på begynnelsen av 1900 tallet er olje og gass den viktigste næringen i Norge (Furre1999:559 - 565). Videre har også den norske

befolkningen med tiden fått et generelt høyt utdanningsnivå. I 2009 viser tall at 20,8 % av befolkningen over 16 år i Norge har høyere utdanning (SSB:2011).

Norge er også i verdenstoppen når det gjelder bruk av IKT og digitalt utstyr som internett, mobiltelefon og tilsvarende (Bull et.al 2004:568). Tall viser at 91 % av befolkningen hadde internett tilgang i 2010 og 95 % av alle husstander hadde fjernsynsapparat (SSB: 2010).

Tilgang til informasjon og medier er blitt et viktig mål for å si noe om graden av demokrati og utvikling i et land.

2.3.2 Storbritannia

Storbritannia er opprinnelig et navn på den største av de britiske øyer, men det brukes i dagligtalen for å beskrive United Kingdom eller det forente kongeriket Storbritannia og Nord-Irland. Storbritannia er altså en union som inneholder flere nasjoner med en egen grad av selvstyre. Den omfatter nasjonene England, Skottland, Wales og Nord – Irland. Enkelte øyer nevnes også ofte for å tilhøre det britiske kongeriket, men de har indre selvstyre. Derimot har Storbritannia sikkerhetsansvaret for øyene (Pettersen 2001:5). Den britiske befolkningen ble i 2010 estimert til 61 284 800 (Redaksjonen SNL 2011). Det innebærer den 17 største befolkningen i verden i følge Jon. R Pettersen (2001). Landområdet regnes til 244 177 km² noe som gjør Storbritannia til et tett befolket land. På grunn av industrialiseringen på 1800 tallet ble Storbritannia tidlig et land med et urbant bosettingsmønster, den største byen er London med sine 7 – 8 millioner innbyggere (Pettersen 2001:7 & 33-34).

Storbritannias politiske system er offisielt et konstitusjonelt monarki, men hvor monarken sin rolle og makt er begrenset til symbolsk. Derimot er det statsministeren med regjering som har den reelle makten. Videre er parlamentarismen også en grunnstein i britisk politikk, det britiske Parlamentet består av to hus. Det ene er underhuset (House of Commons) og det andre er overhuset (House of Lords). Underhuset består av folkevalgte og er det av husene med klart størst betydning. Overhuset har kun mulighet til å utsette eller endre lovgivning et år. Parlamentet er altså den lovgivende makt i Det britiske samfunn. Det britiske underhuset består av totalt 646 medlemmer fordelt på de ulike nasjonene hvor England har klart flest medlemmer. Det britiske underhuset er et av verdens eldste og føres tilbake til 1707 i forbindelse med opprettelsen av unionen mellom de to statene, Skottland og England. Britisk politikk styres hovedsakelig av et to partisystem bestående av de konservative (Conservatives)

og Arbeiderpartiet (Labour), men med tidvis innslag av mindre partier (Berg & Tvedt SNL 2010). Storbritannias politiske system er det systemet som har fått lov til å utvikle seg over lengst tid og dermed vært et av de mest stabile.

Nasjonen har også en unik historie og var på et tidspunkt verdens ledende supermakt med kolonier over hele verden, deriblant India, Egypt, deler av Nord – Amerika og Australia for å nevne noen. En av grunnene til at Storbritannia ble en ledende verdensmakt skyldtes deres rolle som en betydelig sjøfartsnasjon, men først og fremst den industrielle revolusjon som gjorde teknologien deres overlegen. Fra midten av 1700 – tallet og utover 1800-tallet ble Storbritannia verdenshistoriens største imperium. Størsteparten av koloniene gikk tapt på 1900- tallet og gjennom to verdenskriger mistet Storbritannia den ledende industrielle og økonomiske makten i verden (Redaksjonen SNL 2011)

Økonomien og næringen i Storbritannia er i 2011 særlig konsentrert rundt servicenæringen med den finansielle sektoren som viktigste element. London er en av verdens største finansielle sentrum. I 2006 utgjorde finans 30 % av landet brutto nasjonale produkt Samtidig har det også blitt satset mer på generell servicenæring og produksjon av elektronisk utstyr. Tradisjonelle britiske næringer som gruvedrift og tekstilproduksjon med sin opprinnelse fra den industrielle revolusjon har i større grad blitt skiftet ut til fordel for disse nye næringene. (Pettersen 2001:50). Storbritannia ble EU/EF medlem i 1973 (SNL 2010).

Storbritannia er et land med høy velstand og den jevne britiske borger opplever en relativt høy levestandarder. Likevel er adelen opprettholdt og Storbritannia er derfor et noe mer klassesdelt samfunn enn det som er vanlig ellers i Europa. Landet har også tradisjonelt sett, befunnet seg politisk noe lenger til høyre enn sine Europeiske naboland.. Den Britiske BNP pr innbygger 2007 – 2009 ble rangert som nr 13 i Europa og lå dermed i overkant av gjennomsnittet for eurosone (Eurostat: 2011).

I Storbritannia er det skoleplikt frem til 16 år etter det kan man velge å fullføre sekundertrinnet for å få det vi på norsk karakteriserer som studiekompetanse. Tall viser at 75 % fortsetter på skolen etter 16 år og 1 av tre tar høyere utdanning i Storbritannia (Pettersen 2001:71 – 74). Storbritannia kan vise til over 70 Nobelprisvinnere, dette kan være en vesentlig indikasjon på hvor langt fremme landet ligger på forskning (Pettersen 2001:70). Når det gjelder bruken av ny teknologi kan også britene vise til positiv statistikk, tall fra 2010

viser at 80 % av husstandene i Storbritannia har tilgang til internett. Til sammenligning ligger gjennomsnittet i den europeiske union på 70 % (Eurostat:2011).

Storbritannia er altså en av verdens største økonomier og en kulturell stormakt. Landet har betydd en vesentlig rolle for hvordan verden ser ut i 2011. Engelsk er det ledende verdensspråket og en rekke land inkludert Norge seg benytter av parlamentarismen som bygger på et britisk styresett.

2.4 Ulike nasjonale kontekster

De nasjonale kontekstene i Norge og Storbritannia varierer altså til tross for elementære likheter slik som demokratisk styresett. For det første har Storbritannia en vesentlig større befolkning enn Norge. Den britiske befolkningen er nesten 13 ganger så mange med 61 284 800 innbyggere til forskjell fra Norges 4 930 538 innbyggere. For det andre er Storbritannias landområde mindre enn Norge, noe som gjør Storbritannia tett befolket og Norge til et tynt befolket land. Storbritannia har derfor et meget urbant bosettingsmønster hvor London er den største byen med sine 7 – 8 millioner innbyggere. For det tredje er Norge en relativt ung nasjon som fikk sin uavhengighet i 1905. Den britiske union med England i spissen er betydelig eldre hvor det britiske underhus ble opprettet allerede i 1707. Fra midten av 1700 – tallet og utover 1800-tallet ble Storbritannia verdenshistoriens største imperium og en ledende supermakt, mens Norge var et perifert land i utkanten av Europa.

Norge som nasjon har derimot hatt en betydelig velstandsvekst etter andre verdenskrig og estimeres til et av verdens rikeste land. Fordelingspolitikken har vært et helt sentralt punkt i Norges økonomiske utvikling, hvor et viktig kriterium har vært at alle skal få ta del i velstandsutviklingen. Dermed er de sosiale forskjellene i Norge små. Storbritannia viser seg og ha et noe mer klassesdelt samfunn, de har blant annet opprettholdt adelen og ligger politisk sett til høyre for Norge. I en BNP måling fra 2007 – 2009 rangeres Norges BNP pr. innbygger som nummer to i Europa og Storbritannia til trettende plass. Den britiske BNP er altså lavere enn den norske, men ligger fortsatt over gjennomsnittet i eurosone (Eurostat:12.1.2011). I et makroperspektiv er Storbritannia på tross av BNP målingen en av verdens største økonomier.

Et annet sentralt punkt som kommer til syne er forskjellen i bruk av ny teknologi. Norge hevder seg i verdenstoppen når det gjelder å ta i bruk ny teknologi og ligger statistisk sett foran Storbritannia. Tall viser at 91 % av Norges befolkningen hadde internett tilgang i 2010, mens 80 % av husstandene i Storbritannia har tilgang til internett. Til sammenligning ligger gjennomsnittet i den europeiske union på 70 % (Eurostat:12.12011).

2.5 Avslutning

I dette kapittelet har jeg diskutert de utviklingstrekk og fenomener som er medvirkende til allmennkringkastingens utvikling. Av den mediepolitiske drøftelsen ser vi at allmennkringkastingen knyttes til en *Kulturpolitisk regulering* (Syvertsen 2004:17). Likevel viser teorikapittelet hvordan allmennkringkasting har endret seg fra de linjene John Reith pekte ut for virksomheten på 1920 – tallet. Som monopolist skulle allmennkringkastingen være et samlende instrument for kulturelt og nasjonalt fellesskap distansert fra markedskreftene med et folkeopplysende ideal. I 2010 har allmennkringkastingens vektlegging av fellesskap blitt nedtonet til fordel for en økende grad av publikumsfragmentering. Samtidig har kommersialiseringen også befestet seg ved allmennkringkasting hvor begrepet blant annet også forbindes med kringkastere finansiert gjennom kommersielle inntekter. Teorikapittelet peker på at disse endringene for det første skyldes en liberalisering av mediepolitikken. For det andre teknologiske utviklingstrekk hvor digitalisering og konvergens har vært gjeldende siden 1990 – tallet. Dette har igjen ført allmennkringkasting ut på nye plattformer og dermed også inn i nye konkurransesituasjoner.

Gjennom de nasjonale kontekstene blir det pekt på ulike forhold som også kan bli viktige verktøy for den videre analysen av NRK og BBCs historiske utvikling og relasjon. Hovedtrekkene går i retning av å peke på Storbritannia som et vesentlig større og historisk mer utadrettet nasjon enn sett i lys av den tidligere rollen som supermakt. Samtidig viser den nasjonale konteksten at Norge har utviklet seg til å bli et av verdens mest velstående og avanserte samfunn hvor den jevne nordmann opplever høy velstand og teknologisk kompetanse.

Sammen med disse nasjonale kontekstene vil mediepolitikk – og utviklingstrekk som digitalisering og konvergens bli viktig for den videre analysen av forholdet mellom BBC og NRK.

Etter og nå har presentert det teoretiske rammeverket for oppgaven vil jeg i neste kapittel diskutere oppgavens metodiske tilnærming.

3. Metodiske tilnærminger

Kriteriene for valg av metode i et forskningsprosjekt avhenger for det første av formålet med undersøkelsen. Istedenfor å ha et hierarkisk utgangspunkt for valg av metode vil det i stor grad være hensiktsmessig å støtte seg på en pragmatisk tilnærming hvor hva du faktisk skal undersøke er det som avgjør valg av metode. Dette til tross for at enkelte metoder kan ha lavere vitenskapelig anseelse enn andre metoder. For det andre spiller den historisk akademiske tradisjon til fagområdet en viktig rolle eller sagt på en annen måte er de teoretiske perspektivene sentrale for valg av metode. Medievitenskap er kjent som en tverrfaglig disiplin og flere metodiske tilnærminger er mulig, men fagtradisjonen knytter seg nok likevel sterkere til de humanistiske tradisjoner enn eksempelvis naturvitenskaplig metode. Når du skal utføre et forskningsprosjekt må du også forholde deg til ressursgrunnlaget du har til rådighet. En masteroppgave har både tidsbegrensninger og et generelt lavt ressurs nivå, dette må tas hensyn til i valg av metodisk tilnærming. Et vitenskapelig ideal som åpenhet ligger også til grunn for min metodiske tilnærming i dette forskningsprosjektet (Østbye et.al: 2007:29).

Jeg baserer min undersøkelse på flere metoder. For det første benytter jeg meg av kvalitative intervjuer som danner hovedgrunnlaget for min empiri. For det andre supplerer jeg med analyse av relevante dokumenter. For det tredje gjennomfører jeg en komparativ tekstanalyse av nettstedene til BBC og NRK. I dette kapittelet om metode ønsker jeg å presentere min metodiske tilnærming og bakgrunnen for mine metodiske valg, samtidig ønsker jeg å drøfte svakheter og styrker ved metodikken i denne oppgaven.

3.1 Kvalitative intervjuer

En måte å beskrive hva et kvalitativt intervju innebærer har medieforsker Bower gjort på en konsis måte: "The best way to find out what people think about something is to ask them" (Bower 1973:vi). Dette innebærer en forenkling av hvordan gjennomføringen av et kvalitativt intervju fortoner seg, men likevel presenterer det essensen av hva man er ute etter; nemlig å spørre etter nødvendig informasjon. Et kvalitativt intervju kan også kjennetegnes ved at man

ønsker å gå i dybden på et fenomen. Rent overfladisk kan kvalitativt intervju forstås som datainnsamling gjennom samtale. På en noe mer presis og nøyaktig måte beskriver Kvale et forskningsintervju som ”å innhente kvalitative beskrivelser av personens livsverden, og å tolke meningene med disse” (Kvale 1997:21). I et kvalitativt intervju eksisterer det en metodisk bevissthet om spørreform, en dynamisk bevissthet over interaksjonen mellom intervjuer og den som intervjues og en kritisk bevissthet over det som sies, og egne tolkninger av det som blir sagt. På den måten skiller et intervju seg fra en ordinær hverdagssamtale (Kvale 1997:31).

Intervjuene var gjenstand for grundige forberedelser, det ble gjort research, utarbeidet en intervjuguide og gjennomført pilotintervju for å stille best mulig forberedt. Det ble i intervjuguiden tilrettelagt for oppfølgingsspørsmål, men utgangspunktet baserte seg på forhånds formulerte spørsmål. Med bakgrunn i dette og intervjusituasjonen ble intervjuene gjennomført i den semistrukturerte intervjuformen (Østbye 2007:100). Å gjennomføre intervjuene i den respektive intervjuformen var et naturlig valg da det øker fleksibiliteten i intervjuet og på den måten muliggjør innhenting av informasjon du på forhånd ikke forutså. Begge intervjuene ble utført på tilsvarende måte. For å være sikker på å få med all informasjonen fra intervjuet, men ikke minst for å kunne delta mest mulig aktiv i samtalen med oppfølgingsspørsmål ble det benyttet en båndopptaker. Bruken av båndopptaker gjør også intervjuet lett å dokumentere i etterkant (Østbye 2003:103). Det som blir sagt i intervjuet blir først datamateriell når det er blitt gjenstand for tolkning og analyse (Bruhn Jensen 2002:240). Under analysen av intervjuet blir det alltid viktig å ha et kritisk blikk mot det informanten sier, da han eller hun vil være et produkt av sin tid og sine omgivelser.

Begge intervjuene har som formål å innhente kunnskap om BBCs påvirkning i NRK. Den første informanten var Øyvind Solstad, han er både ansatt som teknologirådgiver i NRK og redaktør for NRK beta. Ved det første intervjuobjektet var målet å innhente konkret empiri på NRKs digitale strategier og hvorvidt BBC er og har vært en inspirasjonskilde. Solstad ble valgt som informant på bakgrunn av hans stilling i NRK som rådgiver for NRKs digitale løsninger. I tillegg til dette innebærer også jobben hans som redaktør for NRK beta og ha generell kjennskap til det skjer på mediet og teknologimarkedet når det kommer til digitalisering. Solstad var andrevalg som informant bak medieutvikler og prosjektleder i NRK

Eirik Solheim. Da jeg etter flere henvendelser ikke lyktes å avtale tid med Solheim sendte jeg henvendelsen videre til Solstad. Etter noen e-post runder med Solstad fikk jeg omsider avtalt intervju. Ettersom Solstad sitt arbeidsområde og tema har klare likhetstrekk med Solheim var han som informant like relevant som Solheim i forhold til informasjonen jeg søkte. Begge arbeider i teknologiavdelingen i NRK med fokus på digitalisering og nye medier. Solheim har derimot fremstått som mer profilert gjennom bøker og opptredener i media, valget med å henvende meg til han først ble derfor naturlig.

Intervjuet fant sted i resepsjonen til NRKs lokaler på Marienlyst. Informanten lot meg i stor grad styre intervjusituasjonen; sagt på en annen måte opplevde jeg å ha en god kontroll på intervjuet hvor informanten ikke hadde noen problemer med å forholde seg til mine spørsmål, han prøvde aldri å utøve noen form for autoritet i intervjusituasjonen. På grunnlag av dette må informanten sies og virke troverdig, men også relevant som informant da han viste stor kunnskap og oversikt om informasjonen jeg søkte.

Det andre intervjuobjektet var den tidligere utenrikskorrespondenten Gunnar Høidahl. Han har hatt en lang karriere i NRK og innehatt både redaktør og journaliststillinger. I perioden 1975 – 1979 og 1982 – 1985 var han Asia korrespondent. Etter den tid har Høidahl jobbet som utenriksredaktør, nyhetssjef og sportssjef i NRK. Fra 2001 til 2008 arbeidet han for Eurovisjonens nyhetsorganisasjon og på et punkt var han president i organisasjonen. Fra og med 2008 har han vært pensjonist. Høidahl representerer en historisk kilde i min oppgave og ble valgt som informant etter å ha hatt flere ulike stillinger i NRK over en lengre periode. Et presidentembete i Eurovisjonens nyhetsorganisasjon gjør han spesielt egnet når han også ble bedt om å uttale seg om andre kringkastere utover sitt eget NRK. Prosessen med å få Høidahl til å stille til intervju løste seg uten dramatikk. Etter litt e-post korrespondanse ble møtested og tidspunkt avklart. Intervjuet fant sted på en kafé i Fredrikstad. Ofte kan dette være problematisk på grunn av mye støy, men veldig få kunder og rolige omgivelser på dette tidspunktet gjorde at dette var helt uproblematisk. Til tross for at intervjuobjektet er en profilert person med høy anseelse i visse miljøer var ikke dette noe som disharmoniserte situasjonen. Jeg opplevde Gunnar Høidahl som ydmyk og lite autoritær. Derfor var ikke intervjusituasjonen preget av noen form for maktubalanse.

Det er et generelt behov ved muntlige kilder å inneha en viss skepsis, men spesielt ved såkalte historiske intervjuer hvor man blir bedt om å huske langt tilbake i tid. Muligheten for at man husker feil eller er for subjektivt øker. Ved historiske kilder kan ofte troverdigheten bli mindre når du ber han eller hun gjengi konkrete hendelser fremfor hans forestillinger. Likevel konstateres det at muntlige kilder i de fleste tilfeller er en berikelse når man vet at det som ikke kommer frem av skriftlige kilder, derimot kommer frem ved muntlige kilder (Dahl 2004:96 – 100).

I mitt intervju med Høidahl ble han til dels lite spurt om å huske konkrete hendelser eller årstall, derimot gikk flere av spørsmålene i retning av generelle betraktninger om forholdet til BBC. Dette gjør at jeg må opptre ekstra kritisk i bruken av informanten da jeg egentlig ber han gjengi sine forestillinger, noe som nettopp kan senke troverdigheten til kilden (Dahl 2004:100). Mer konkret ble Høidahl brukt som informant for og i første rekke innhente interessant informasjon som beskriver forholdet til BBC gjennom mange år. For det andre dreide det seg om å få bekreftet antagelser. Informanten var hele tiden bevisst på å si ifra når hans kompetanse på området var for liten til at jeg burde verdsette opplysningene for høyt. På bakgrunn av dette vektlegger jeg egen skjønnsmessig vurdering hvor informanten oppleves som pålitelig og meget oppegående. Hans unge pensjonistalder (68 år) og tilstedeværelse gjør at jeg fester stor lit til han som informant. Likevel må en muntlig kilde behandles med en klar form for kildekritikk og fordelen med en kunnskap om temaet man spør etter må ikke marginaliseres. I dette tilfelle utgjorde min forkunnskap om temaet at jeg med stor sannsynlighet ville avskåret informanten hvis informasjonen han kom med virket direkte usannsynlig.

3.2 Dokumentanalyse

Dokumentanalyse baserer seg på det å skape mening gjennom skriftlig materiell og det å forsikre seg om dokumentenes autenticitet (Østbye 2002:42 & 48). For å skape denne meningen må dokumenter ses i sammenheng med den konteksten de ble skrevet i. Syvertsen gir til kjenne en bred forståelse av dokumenter: ”Dokumenter er i denne sammenheng en betegnelse for skrevne eller audiovisuelle beretninger som ikke er skrevet av forskeren selv”(Syvertsen 1998). Videre påpeker Syvertsen at dokumentanalyse tar utgangspunkt i at

vår sivilisasjon eller vår kultur er basert på skrevet materiale og andre former for dokumenter. Det er en primæraktivitet eller et veldig fundamentalt virke for de fleste normale organisasjoner å produsere og lagre dokumenter (Syvertsen 1998). Med begrepet ”kollektivt minne” beskriver Syvertsen dokumenter som en slags livsnerve i alle organisasjoner, da det er ”skriftlig materiell som gir grunnlag for systematisering av erfaringer, men også deres viktigste kilde til selvrepresentasjon” (Syvertsen 1998). Dokumentanalyse kan ikke distanseres eller isoleres fullstendig fra den tekstanalytiske tilnærmingen ettersom dokumenter også representerer en type tekst. Dokumenter er en kilde til informasjon og blir derfor gjerne gjenstand for en innholdsanalyse. I mitt forskningsprosjekt fungerer dokumentanalyser som et supplement eller som Østbye påpeker er formålet med dokumentene ”å være ressurser i forskning om et sakstema”(Østbye et.al 2007:47). Dokumentene er ikke min fremste kilde for informasjon i denne undersøkelsen, men likevel en helt nødvendig empirisk kilde. Syvertsen påpeker også det at en analyse risikerer å bli mangelfullt uten å forholde seg til hvordan organisasjoner og institusjoner ”framstiller seg selv dokumentarisk” (Syvertsen1998).

I likhet med metode generelt er det viktig at også dokumentanalyse foregår i tråd med problemstillingen. Til tross for dette er det enkelte generelle faktorer som er ganske universelle. For det første, selv om jeg er på jakt etter informasjon når jeg samler inn dokumenter som empiri til mitt forskningsprosjekt er det nødvendigvis ikke objektiviteten eller sannhetsgraden som er det avgjørende, men som Syvertsen (1998) hevder er det hvilket virkelighetssyn som dokumentene ønsker å representere eller presentere som er vel så interessant. Jeg bruker dokumentene i denne oppgaven på en dynamisk måte ved at jeg flere ganger setter dem i sammenheng med informantenes uttalelser eller med andre kilder. På den måten kommer en metodetriangulering til sin rett ved at ”kilder utfordrer og supplerer hverandre” (Syvertsen 1998). Selv om jeg sier at ikke nødvendigvis sannhets og objektivitetsgrunnlaget er det mest avgjørende er man likevel ikke fritatt for å inneha en kildekritisk tilnærming, man må anslå både dokumentenes troverdighet og hvorvidt de er autentiske for å vurdere om de kan benyttes som kilder. Å bevisstgjøre seg på dokumentenes funksjon er også essensielt.

Jeg benytter meg av forskjellige typer dokumenter og har gjort en inndeling i grupper basert på Syvertsens (1998) karakteristikk. Denne inndelingen hjelper meg i analysen for og nettopp

være bevisst på dokumentenes opphav. Det fører igjen til en klargjøring av dokumentenes funksjon og de kommer derfor bedre til sin rett. Jeg benytter meg for det første av skriftelige dokumenter, som sagt kan dokumenter i henhold til Syvertsens definisjon også være audiovisuelle. For det andre bruker jeg også kun offentlige dokumenter, det er da dokumenter som er tilgjengelige og ikke hemmeligstemplett (Syvertsen 1998). For min undersøkelse er det hensiktsmessig å bruke offentlige dokumenter ettersom det normalt sett er produsert kontinuerlig og vil ha en tilsvarende form fra utgave til utgave. På bakgrunn av det er de gått egnet til å dokumentere en utvikling over tid. Det sammenfaller godt med mitt prosjekt da jeg blant annet ønsker å kartlegge en utvikling.

Det store flertallet av dokumenter jeg benytter meg av er hentet fra aktørene eller ”mediene selv” slik Syvertsen (1998) beskriver det. Dokumentene hentet fra NRK og BBC er institusjonelle og utadrettede. Fra NRK er dokumentene i vesentlig grad tilsendt pr e-post etter forespørsel fra undertegnede. Begjæring om innsyn og tilsendelsen av dokumenter ble gjort av NRKs eget dokumentarkiv. En årsrapport ble lastet ned i PDF format fra nrk.no. Dokumentene fra NRK er hovedsakelige strategidokumenter og altså fremtidsrettet da de ble skrevet. Unntaket er *Årsrapport 2009* som representerer et retrospektivt dokument. Alle NRK – dokumentene jeg har fått tilgang på, representerer offentlige og institusjonelle dokumenter. Jeg fikk i NRK ikke tilgang til dokumentet *Mediestrategier 2010* ettersom det var unntatt offentlighetsloven. Dokumentet ville sannsynligvis gitt meg en større kjennskap til NRKs mobilsatsing og samarbeidsprosjektet de har med BBC på det området. Det medfører derfor en svakhet med forskningsprosjektet at jeg ikke fikk tilgang til den informasjonen og har derfor dårligere grunnlag for å kunne uttale meg om forholdet mellom BBC og NRKs satsning på den mobile plattformen. NRK som offentlig aktør får altså unntatt noen dokumenter fra offentligheten på bakgrunn av markedsmessige hensyn. Fra BBC benytter jeg meg blant annet av et dokument som fremstår som en deskriptiv rapport på hele 60 sider med navnet *Digital Britain: The BBCs role 2009* som tar for seg BBCs rolle i utviklingen av et heldigitalt Storbritannia. Dokumentet opererer både på et retrospektivt og fremtidsrettet plan.

Når jeg velger å benytte meg av politiske dokumenter er det helt nødvendig med en kjennskap til politiske dokumenters hierarkiske oppbygning. Stortingsmeldinger representerer en egen type politisk dokument og skal fungere som en orientering til stortinget. En stortingsmelding

fatter ikke vedtak, men er heller en måte for regjeringen å presentere synspunkt på et bestemt område. Jeg benytter meg av tre ulike stortingsmeldinger.

Syvertsen kategoriserer også dokumenter fra offentlige organer på medieområdet som et eget fragment. Medietilsynet er en slik aktør i Norge, mens Ofcom er Storbritannia sitt svar på hva medietilsynet er i Norge. Jeg benytter meg av Ofcom dokumentet *Radio in digital Britain. A submission from Ofcom to government 2009*. Ofcom er et rådgivende og kontrollerende organ i Storbritannia.

En annen kategorisering av dokumenter som også i stor grad blir benyttet er rett og slett ulike websider. Her er det særlig nettstedene til BBC og NRK som peker seg ut. Dette er kanskje de viktigste kanalene de to institusjonene har til selvpresentasjon. Jeg har tidligere nevnt at jeg har lastet ned dokumenter i pdf format fra disse sidene, men jeg har også brukt informasjonen som de presenterer den direkte på hjemmesidene deres som kilde. Et eksempel på det er NRKs vedtekter. Syvertsen (1998) beskriver vedtekter som en av de vanligste dokumenter fra medieaktørene. Jeg har også brukt nettstedene til å hente ut annen relevant informasjon, men er da bevisst på at selvskryt fra aktørene som spesielt kan utkrystalliserer seg på slike websteder. I innsamlingen av datamateriale har jeg også benyttet meg av den britiske regjeringens websider for utfyllende informasjon og diverse andre nettsteder. Det blir særlig viktig med kildekritikk på internett. Et viktig poeng er å verifisere at det faktisk er den riktige siden. Dette kan gjøres ved blant annet å dobbeltsjekke adresse, sjekke lenker og alltid passe på å tidsspesifisere siden. Å tidsspesifisere på internett blir særlig viktig på grunn av hyppige utskiftninger og foreldede sider (Syvertsen 1998).

3.3 Tekstanalyse

I oppgaven sammenligner jeg også nettstedene til NRK og BBC. Et nettsted blir forstått som en samling sider som er ordnet under en felles tittel som henger sammen i tema, utseende og lenker seg imellom (Fagerjord 2008:19). Denne analysen av nettstedene baserer jeg altså i en tekstanalytisk strategi. Målet med analysen er å kartlegge hvordan de to nettstedene står i forhold til hverandre. Dette vil bidra som et ytterligere supplement til å svare på problemstillingene i forskningsprosjektet. Tekstanalyse blir beskrevet som en generell betegnelse på kvalitative tilnærmingmåter til tekster med flere underliggende teoritradisjoner

og tilnærminger (Østbye et.al: 2007:58). Semiotikk representerer en slik teoritradisjon og er en utbredt tekstanalytisk tilnærming. Semiotikk karakteriseres som læren om tegn. I tekstanalysen forholder jeg meg til det utvidede tekstbegrep som sier at all kommunikasjon kan leses som tegn (Østbye et.al 2007:60). Fundamentet i semiotikken bygger nettopp på dette utsagnet. Det er på bakgrunn av det utvidede tekstbegrep jeg nyttegjør meg av en tekstanalytisk tilnærming til å analysere nettstedene. Mer spesifikt sier semiotikken at tegnbegrepet opererer med to sider. På den ene siden har man en uttrykkside som er tegnets fysiske, materielle side. Den andre siden er innholdet, som da altså er tegnets betydning (Østbye et.al 2007: s 61). Konnotasjon og denotasjon er også uvurderlig begreper når vi snakker om semiotikk. Disse begrepene viser til hvordan semiotikk er gjeldene utover skriftspråket. Der hvor den denotative betydningen viser til en grunnbetydning innebærer konnotasjoner tileggsbetydninger og er en del av måten mening skapes gjennom medier på nett (Fagerjord 2008:37). Dette er verktøy som benyttes i analysen, men preges av et makronivå hvor større helheter og strukturer påviser ulikheter på nettstedene.

I boken webmedier (Fagerjord 2008) blir særtrekkene til websider forklart ut i fra hvordan de skiller seg fra andre medier. Boken baseres også i prinsipper fra semiotikkens lære. Begrepene Fagerjord lanserer benyttes som viktig metodiske verktøy i analysen av nettstedene.

Essensen i tekstanalyse er å finne frem til mening og budskap selv om det er forskjellige veier frem til det målet. Det som likevel er helt klart er at en tekstanalyse er avhengig av et bestemt perspektiv som gir analysen en retning (Østbye: 2007:58). Derfor har jeg i analysen av nettstedene til BBC og NRK klart for meg hvilke roller de skal fylle. NRK og BBC på nett blir av Fagerjord karakterisert som webmedier og forstått som nettsteder der innholdet er stoff vi kjenner igjen fra massemediene generelt, hvilket er nyheter informasjon og underholdning (Fagerjord 2008:15). Altså gjøres min tekstanalyse av bbc.co.uk og nrk.no med utgangspunkt i at de skal romme mye av det samme på nett som massemedier ellers gjør og blir dermed mitt første holdepunkt. I videreføringen av dette representerer NRK og BBC også en bestemt sjanger. For å analysere et nettsted er det også en avgjørende faktor og kunne plassere det under en bestemt sjanger. BBC.co.uk og nrk.no representerer allmennkringkastere på nett. Fagerjord (2008) forstår sjanger som en familie av verker som ligner på hverandre (Fagerjord 2008:16 – 17).

En av måtene webmedier skiller seg fra tidligere medier er en betydelig forbedret mulighet for kombinasjon av de forskjellige uttrykk eller modi. Begrepet modi er opprinnelig et viktig begrep innen semiotikken og beskrives av Fagerjord (2008:17) ”som semiotiske ressurser som gjør det mulig å uttrykke både diskurser og samhandlinger”. Semiotikere vil generelt kalle modi for tegnsystemer. En modus kan eksempelvis være bilde eller skrift. Teknologien er nå like egnet til både statiske og dynamiske modi og det er derfor multimedia har etablert seg som begrep. Med multimedia mener man kombinasjonen av statiske og dynamiske modi (Fagerjord 2008:19). Statiske modi er eksempelvis skrift og stillbilder, men dynamiske modi er levende bilder og lyden av tale eller musikk. Til forskjell fra statiske modi vil altså dynamiske modi forandre seg over tid (Fagerjord 2008:23).

Ved analysen av websider utgjør også lenker et vesentlig aspekt som også må tas hensyn til. En lenke er en del av en nettside som er kodet slik at hvis man klikker på den vil en ny nettside bli lastet ned. Lenker blir av Fagerjord (2008) karakterisert som en av de mest synlige forskjellene på å lese en webside fra å lese en vanlig papiravis. På en web – side vil deler av tekstene være markert som man kan trykke på og nettleseren vil hente opp en ny side. På bakgrunn av dette vil man kontinuerlig vurdere relevansen av hva man leser. (Fagerjord 2008:72-73). Lenkene får også en semiotisk betydning, Fagerjord beskriver dette ved at et ord som også er en lenke også bærer to ulike tegn i følge to forskjellige koder. Den ene koden sier at dette er et ord fra et bestemt språk mens den andre koden sier at dette er en lenke. Flere tegn vil ofte oppstå, eksempelvis kan ofte et ord bli tolket isolert, som et tegn på hvor lenken leder hen. Fra et semiotisk perspektiv må vi innse at lenket tekst og bilde fungerer som tegn etter flere koder samtidig. (Fagerjord 2008:77).

En webside utgjør ikke en fysisk begripelig gjenstand og er et annet unikt moment ved en webside. Den bearbeides ut i fra usynlige teknologiske komponenter og koder, det vi kjenner som binære tall (Engholm & klastrup 2004:58). En slik teknologisk tilstand fører også til at websider er i kontinuerlig forandring noe som medførte en utfordring ved den praktiske gjennomføringen av analysen. Jeg tok utgangspunkt i nettsidenes visning på samme tidspunkt, ettersom de forandres kontinuerlig på bakgrunn i teknologiske komponenter som er beskrevet tidligere. I analysen tar jeg for meg tre ulike skjermbilder. Ettersom bbc.co.uk har ulike

strategier for visningen av nettstedene innenfor og utenfor Storbritannia, var det nødvendig med begge skjermbildene for å kunne gjennomføre en representativ tekstanalyse av nrk.no og bbc.co.uk. En annen utfordring ble derfor å skaffe til veie en printscreen eller komme meg inn på den britiske visningen av BBCs nettsted. Samtidig måtte de tre skjermbildene representere samme tidspunkt. Løsningen ble å få tilsendt et skjermbilde på e – post fra en bekjent som oppholdt seg i England. Begge var tilgjengelige og pålogget internett i tidspunktet denne elektroniske overførselen fant sted. Jeg fikk dermed muligheten til å lagre de to skjermbildene som var tilgjengelig for meg på samme tidspunkt som skjermbildet fra Storbritannia ble lagret og tilsendt.

3.4 Komparativ metode

Forskningsprosjektet bærer preg av en gjennomgående komparativ stil. Ved sammenligningen av bbc.co.uk og nrk.no benyttes metoden i sin mest eksplisitte form og jeg vil derfor linke metoden spesielt opp mot sammenligningen av nettstedene.

Den komparative metode defineres av Collier på følgende måte: ”it refers to the methodological issues that arise in the systematic analysis of a small number of cases or a Small N” (Collier 1993:105). Komparativ metode blir altså sett på som en sammenligning av et lite antall caser. I en av de mest kjente redegjørelsene for den komparativ metode blir strategien eller metoden ansett som en av de grunnleggende metodene sammen med eksperiment, statistisk metode og case study (Lijphart 1971: s681). De klare fordelene med komparative metode i følge Lipjhart blir for det første at den er velegnet når man har små ressurser tilgjengelig og på den måten kan nyttiggjøres spesielt som forarbeid til en større statistisk undersøkelse (Lijphart 1971: s 685). Lipjhart ser imidlertid klare svakheter ved den komparative metode og innehar også et kritisk syn på metoden. Først og fremst påpekes problemet som oppstår med få caser og mange variabler (the ”many variables small – N” problem). For å løse dette problemet foreslår han fire løsningsfaktorer. En løsning er å øke antall caser, dersom dette blir vanskelig kan man redusere antall variabler; altså fokusere på noen variabler eller kombinere variabler som underliggende sett uttrykker den samme karakteristikken alternativt fokusere på nøkkelvariablene. En tredje løsning innebærer å fokusere på sammenlignbare caser. En sammenlignbar case etter Lipjharts mening inneholder mange like og konstante variabler, men variabler med ulike verdier på det punktet som skal

relateres til hverandre eller altså det fenomenet som skal undersøkes (Lipjhart 1971: s 686 - 690).

Med utgangspunkt i Lipjharts syn eller teoretisering av komparativ metode ønsker Collier å utvide synet på metoden med noen flere perspektiver. Sagt på en annen måte tegner han et noe lysere bilde av noen svakheter ved komparativ metode. Særlig er han opptatt av rettferdiggjøring av small N og den påfølgende validitet. Med begrepet *conceptual stretching* som opprinnelig ble konstruert av Santori viser han til fordelene ved en kvalitativ tilnærming. Begrepet henviser til at kvantitative perspektiver kan bli for overfladiske eller sagt på en annen måte innebærer *Conceptual stretching* at enkelte meninger assosiert med konseptet ikke samstemmer med de nye casene. Informasjonen hentet ut fra et lite og nøyaktig utvalg caser gir mest konkret informasjonen. Ved et for stort utvalg caser blir svarene for generelle og mister sin substans (Santori 1970:1041). På bakgrunn av dette ønsker Collier en legitimering av small N.

Med *most different system design* og *most similiar system design* ønsker Frendreis å fokusere på to ulike konkurrerende strategier innen komparativ metode. Han ønsker å vurdere hvilken av de to strategiene som fungerer best (Frendreis 1983:260). Ved *most different* velges to fenomener som er ulike på så mange variabler som mulig med unntak av fenomenet som skal studeres. *Most similiar* blir motsatt, her velges fenomener som er like på så mange variabler som mulig, men med unntak av det fenomenet som skal studeres (Frendreis 1983:260-261). Det hele lar seg illustrere ved et eksempel. Når jeg ønsker å forklare hvorfor to programmer har like seertall eliminerer jeg bort alle variabler med ulike verdier. Altså bruker jeg *most different system design*. Når jeg skal forklare ulike seertall, bruker man *most similar system design* ved å eliminere alle variabler med like verdier. Frendreis anser det også som et problem med få caser og mange variabler, men han fokuserer også på flere svakheter som lav generaliserbarhet. Med begge systemene er lav generaliserbarhet tilfelle, derfor lanserer Frendreis mixed system approach som han mener bedrer generaliserbarheten (Frendreis 1983:267).

	NRK	BBC
Avhengig variabel: design og nettstedets fokus på saker	Nasjonalt fokus	Internasjonalt fokus/
Variabel: ulik verdi	Nasjonal målgruppe	Britisk/internasjonal målgruppe
Variabel: lik verdi	Allmennkringkaster	Allmennkringkaster
Variabel: lik verdi	Offentlig	Offentlig

Tabell 3.1: Modell for most different case system. Inkludert variabler

	NRK	BBC
Avhengig variabel: design og nettstedets fokus på saker	Nasjonalt fokus	Internasjonalt fokus
Uavhengig variabel	Nasjonal målgruppe	Britisk/Internasjonal målgruppe

Tabell 3.2: Modell for most different case system. Eliminert for avhengig variabel

Ettersom min undersøkelse kun representerer to caser og i utgangspunktet også har et høyt antall variabler relaterer den seg også til Small N problematikken. Dette representerer altså en svakhet med min oppgave. Måten jeg marginaliserer denne svakheten på er for det første å vise til nytten det har å velge sammenlignbare caser. NRK og BBC er begge allmennkringkastere, ikke kommersielle og offentlig finansierte. På denne måten øker muligheten for å fjerne alle variabler med lik verdi, for deretter og sitte igjen med variabler av ulik verdi. Den variabelen som mest eksplisitt er av ulik verdi, er målgruppen. BBC systemet henvender seg til verden og Storbritannia, mens NRK henvender seg til Norge. Ut i fra dette kan jeg med stor sannsynlighet peke på hvilke ulike variabler som kan forklare viktige forskjeller ved nettstedene til NRK og BBC. Videre fokuseres det på å bruke nøkkelvariabler eller det å slå sammen variabler. På en nettside et det selvfølgelig et høyt antall variabler som kan skille seg fra en annen nettside. Dermed fokuserer jeg implisitt på helheten av nettsidene selv om jeg også peker på ulike mindre faktorer. Jeg linker deretter hovedforklaringen på forskjellene på nettstedene opp mot en den kanskje viktigste forskjellen på BBC og NRK, nemlig målgruppe, publikum og dermed også ressursgrunnlaget og størrelsen på sidene. Jeg

forholder meg også til såkalte nøkkelvariabler. På detaljnivå er det rett og slett for mye å forholde seg til. Ved tabellene nedenfor illustrerer jeg på en enkel måte hvordan jeg benytter meg av *most different case system design*. Hvor tabell 3.1 viser flere variabler, har jeg på den tabell 3.2 eliminert bort variablene av ulik verdi. På den måten vil variabelen som mest sannsynlig forklarer fenomenet jeg undersøker stå igjen. Hvis jeg eliminerer bort de like variablene kan de ulike variablene stå igjen som forklaring på forskjellen i NRK og BBCs design og fokus på nettstedene. Dette kommer frem av tabell 3.2.

3.5 Metodiske utfordringer - validitet og reliabilitet

Selv om jeg allerede har reflektert og redegjort for min bruk av metode ønsker jeg også å tydeliggjøre min metodiske tilnærming opp mot de to helt sentrale begrepene validitet og reliabilitet. I sin enkleste form kan man si at disse to begrepene dreier seg om kvalitetssikring av studiene. Validitet er et begrep som representerer undersøkelsens eller forskningsarbeidets gyldighet. "Validity addresses the extent to which research instrument measures what it was intended or is claimed to measure (Jensen 2002:267). Validiteten skal altså sikre at jeg måler det undersøkelsen har til hensikt å måle. En løsning på dette er i første omgang en bevisstgjøring på dette gjennom hele forskningsprosessen; altså å spørre seg selv om dette er relevant. I denne undersøkelsen baseres hovedempirien på dybdeintervjuer med personer i tilknytning til NRK. En klar svakhet i validiteten ville vært hvis intervjuene ble gjort med personer som ikke hadde noen kunnskap om det jeg er ute etter å finne ut. Juristen eller vaktmesteren i NRK ville ikke i dette tilfelle vært relevante for min undersøkelse og validiteten i oppgaven ville ikke vært tilfredsstillende. Ved å benytte triangulering altså flere metoder vil også normalt sett validiteten i oppgaven styrkes. Det er riktignok ingen automatikk i det, men avhenger selvfølgelig av at alle de ulike metodene har relevans for problemstillingen (Østbye 2007:120).

Innenfor validitetsbegrepet kan man gjøre en distinksjon mellom intern og ekstern validitet. Intern validitet refererer da til hvorvidt mine intervjuobjekter og dokumenter representerer relevans (Jensen 2002:266). Den eksterne validiteten fokuserer på hvorvidt mine funn kan generaliseres utover det eksakte fenomen jeg har undersøkt; altså hvorvidt mine funn angående BBCs påvirkning i NRK også er representative for andre kringkastere. Validiteten og reliabiliteten i et forskningsprosjekt må ligge i bunn for at man skal gjøre en

allmennslutning eller generalisering. Utgangspunktet i mitt forskningsprosjekt er at grunnlaget for generalisering er svak hvis man forholder seg til standardformen for generalisering, altså statistisk generalisering, hvor målet vil være å etablere universelle lover. Derimot har ikke den kvalitative metode nødvendigvis bare til hensikt å generalisere funn, men som Østbye (2007) påpeker er det også en ”forståelse av dynamikken som fins i konteksten som studeres”. Deretter kan det vurderes om disse dynamikkene er verdige en generalisering eller overførbarhet (Østbye et.al 2007:118). Det jeg her viser til kan karakteriseres som analytisk generalisering. Altså om funnene av data kan fungere som knagger eller veiviser i tilsvarende situasjoner. Innenfor domstolsapparatet kan såkalt analytisk generalisering komme særlig til nytte som et illustrerende eksempel, jeg snakker da om rettspraksis. Istedenfor såkalt statistisk generalisering representerer altså denne undersøkelsen utgangspunktet for en analytisk generalisering og det blir delvis feil å sette undersøkelsen i sammenheng med kriteriene for en statistisk generalisering (Jensen 2002:268). Betydningen av indre validitet er derfor av viktigere betydning enn ekstern validitet i dette forskningsprosjektet.

Reliabilitet er et annet begrep som inngår i en såkalt kvalitetssikring av forskningsprosjektet. For enkelte er reliabilitet noe som inngår i en overordnet validitet eller gyldighet som beskrevet ovenfor. Jensen (2002:266) definerer begrepet på følgende måte: ”Reliability addresses the consistency of descriptions and interpretations over time, typically in the form of repeated measurements” (Jensen 2002:266). Man kan si at begrepet innebærer at undersøkelsen skal være utført på en slik måte at en ny forsker, som følger de samme prosedyrene på samme undersøkelse vil komme frem til samme funn og konklusjoner. Ifølge Østbye (2007:26) kan begrepet beskrives som en form for pålitelighet hvor kvaliteten i datainnsamlingen og analysen er avgjørende. Altså blir essensen å unngå subjektive antagelser i den grad det lar seg gjøre og på den måten sikre objektivitet. En klassisk vitenskapelig feil som ofte beskrives, er å samle inn data og empiri som kun støtter eller bygger opp under en antagelse. I mitt forskningsprosjekt kan dette representere et gyldighetsproblem ettersom et mål er å samle inn materiale som underbygger en antagelse om BBC – påvirkning i NRK. En av måtene jeg marginaliserer dette reliabilitetsproblemet på er ved blant annet å benytte to intervjuobjekter som utgjør en motpol til hverandre.

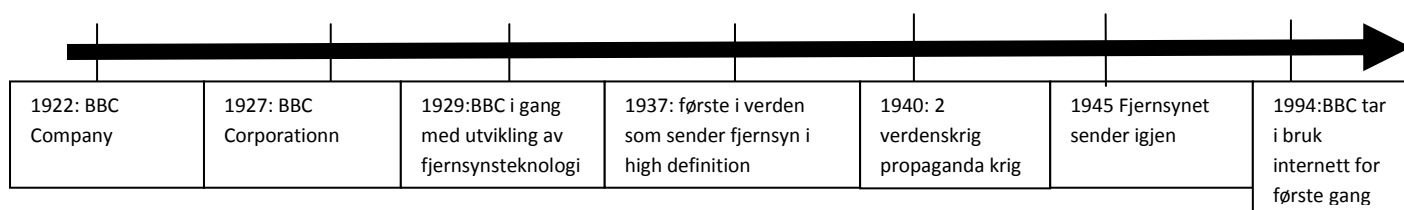
Generelt utgjør dybdeintervjuene min viktigste empiriske kilde og dermed viktigst å diskutere opp mot reliabiliteten. Jeg har tidligere pekt på bruken av båndopptaker under intervjuet. Dette er en fordel for å ivareta reliabiliteten nettopp på grunn av at informantens utsagn lettere kan dokumenteres i ettertid og på et vis blir foreviget. Samtidig er det en fare for at informanten blir utilpass og svarer annerledes på spørsmålene enn situasjonen hadde vært uten båndopptaker. Hovedpoenget blir uansett at reliabiliteten måles opp mot at svarene og tolkningen forblir de samme uavhengig av forskeren. Jeg legger dette til grunn når jeg presenterer mine funn i oppgaven. Det blir likevel viktig å huske på at subjektivitet alltid vil forekomme og kravet om reliabilitet sjelden vil bli hundre prosent.

4. BBCs påvirkning på NRK gjennom historien

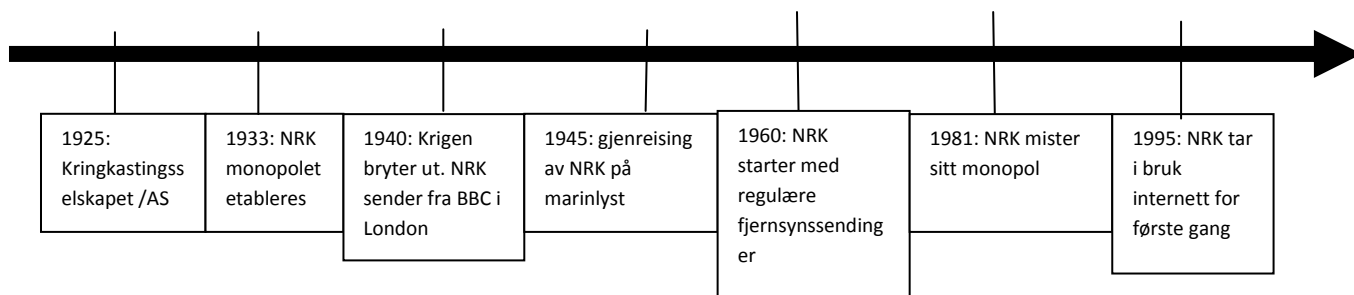
Den norske og britiske kringkastingen har en betydelig lang historisk tradisjon og gjennomgått signifikante endringer gjennom det som nesten forløper seg til et århundre. Politiske, teknologiske og kulturelle faktorer er noen vesentlige elementer som påvirker medieutviklingen og på den måten fører til endringer som har vært essensielle for progresjonen til virksomheter hvilket BBC og NRK har gjennomgått.

Dette kapittelet vil følge en historisk gjennomgang med et fokus på de mest sentrale endringene og ulike fasene i kringkastingens historie. Gjennom et slikt fokus er det lettere å tydeliggjøre forholdet mellom BBC og NRK. I kapittelet etableres de historiske relasjonene mellom de to kanalene, og det som har fremgått av tidligere forskning som en vag antagelse vil i denne historiske drøftelsen settes inn et tydelig perspektiv. Kapittelet vil synliggjøre hvordan BBC til stadighet lå foran NRK i utvikling gjennom det tjuende århundret. Hovedmålet for kapittelet er dermed å analysere, men samtidig å etablere en oversikt over hvilken betydning allmennkringkasteren BBC har hatt i NRK gjennom store deler av 1900 – tallet.

BBC



NRK



4.1 Forløperne

BBCs historie strekker seg tilbake til 1920 tallet og grunnlaget for kanalen ligger i oppfinnelsen av radioen. Den første utviklingen av radiokanalene i Storbritannia og Norge har flere likheter. BBC ble dannet som en privat radiokanal i 1922 da under navnet British broadcasting company (Crisell 1997:13). Kanalen ble etablert etter at et stort antall mindre kanaler ble opprettet rundt i landet. Man skjønnte etter hvert at det ikke ville være frekvenser til alle, derfor samlet man de seks største kanalene og et lite antall små kanaler til å samarbeide om en kanal. Resultatet ble da BBC som gikk på "lufta" i London året 1922. Omkring 1925 var kanalen tilgjengelig stort sett over hele landet. Denne BBC kanalen skulle bli forløperen til det vi kjenner som allmennkringkasteren BBC i 2010.

Det hersket et stort engasjement rundt radioen i Norge da man så med stor spenning på hvilke nye muligheter radioen kunne gi: "kommunikasjonsspørsmål har alltid hatt en sentral betydning i Europas lengste land" (Dahl 1975:27). I 1922 ble den første radioklubben i Norge stiftet (Norsk radioamatørklubb) (Dahl 1975:30). I 1924 samlet en rekke radioklubber seg til et samarbeid med myndighetene og derfra fikk de lisens til å drive Kringkastingsselskapet a/s (Dahl 1975:58 - 59). I Norge var altså Kringkastingsselskapet a/s og tre andre lokale radiostasjoner de første radiokanaler som så dagens lys. De ble ordnet som private foretak og gikk på lufta i 1925 (Dahl 1999:67). Kringkastingsselskapet/as og de tre andre skulle vise seg å bli begynnelsen på NRK. En tilsvarende løsning for radio fant altså sted i Norge og Storbritannia.

4.2 Fra privat aktør til offentlig monopolist

I 1927 ble British broadcasting company til British broadcasting corporation på grunn av radioselskapets økende oppslutning i det britiske samfunnet og derfor et statlig regulert monopol (Raboy 1996:25). Dermed gikk BBC fra å være en privat aktør med frie tøyler til en offentlig institusjon med stramme forpliktelser.

BBC ble omdannet til statlig monopol ettersom institusjonen ønsket en mer stabil finansiell situasjon, men også på bakgrunn av deres økende popularitet. Et eksempel BBCs økende popularitet var den smarte håndtering av generalstreiken på midten av 1920 tallet. Denne

situasjonen førte til økt oppslutning rundt BBC og befestet deres posisjon som en viktig aktør i britisk samfunnsliv (Crisell 1997:18 - 19).

I Norge gikk utviklingen relativt sakte og behovet omstruktureringer trådte fram. Kringkastingsselskapet A/S ble avsluttet og sammen med de andre radiostasjonene samlet under NRK (Norsk rikskringkasting) av lov i 1933. Statsmonopolet NRK ble underlagt Kirke og undervisningsdepartementet (Bastiansen & Dahl 2008:246). I 2010 er NRK underlagt Kulturdepartementet. Begrunnelsen for omleggingen til statsmonopolet NRK baserer seg på et sammensatt årsaksforhold, men særlig pekes det på kriseåret i 1929 og en mer generell mangel på suksess internt og eksternt. Selskapet ble angrepet fra flere kanter. På den ene siden var aksjonærene kritiske til ledelsen og selskapets programmer. Det oppstod også en konflikt med telegrafstyret. I tillegg til dette slet de med opinionen hvor blant annet pressen gikk i strupen på Kringkastingsselskapet A/S. Men den kanskje viktigste årsaken er at myndighetene etter hvert så radioen som en for viktig ressurs til at man kunne risikere den til private aktører (Dahl: 1999:187 – 197). Kringkastingsselskapet a/s var den største av de private radioaktørene og den det naturligvis stormet mest rundt, men misnøyen med at det fortsatt var steder i Norge som ikke ble nådd av radioen gjorde at myndighetene ville ta tak.

Kringkastingsselskapet A/S ble altså til den nasjonale institusjonen mye på grunn av sin delvise mangel på suksess. Samtidig ser også myndighetene at radioen representerer en så enorm ressurs at de ser behovet for å forvalte ressursen på en bedre måte. BBCs overgang til monopol er også betinget i et årsaksforhold hvor radioen sitt store potensial gjør at det offentlige ønsker å utnytte radioen på en best mulig måte. Likevel ser man at der BBC opplever enorm suksess på vei til offentlig monopol er kringkastingsselskapet a/s sin vei til NRK monopolet preget av en generell mangel på oppslutning.

Fra teorikapittelet vet vi at Trine Syvertsen gjennom sin doktoravhandling(1992) hevder det ikke finnes noen klare bevis på at norske myndigheter adopterte BBC formelen. Likevel ble den norske monopolisten kjent som NRK gjennomgående dannet med de samme særtrekkene som BBC. Det er også NRK veteran Gunnar Høidahl sin oppfatning, altså at NRK var påfallende likt BBC:

Likhetene er mye mer påfallende enn ulikhetene. Både finansieringen, finansieringsgrunnlaget og allmennkringkasterideologien Jeg jobbet jo mye sammen med BBC kollegaer ute i felten og kan ikke huske at det var noe avgjørende forskjeller på arbeidsmetoder, innstillinger, holdninger eller teknikk (Høidahl 20.06.2010).

Høidahl refererer her til det som var tilfelle gjennom store deler av hans tidsperiode i NRK som strakte seg 1969 – 2008. Som han påpeker var han mye sammen med kollegaer fra den britiske kringkasteren og klarer ikke se de store forskjellene på noen spesielle områder på institusjonene.

4.3 BBC og NRKs monopolstilling etableres

Utover 1930 årene opplevde BBC stor suksess og vokste frem som en viktig aktør i Storbritannia hvor staben gikk fra 773 i 1927 til 5000 i 1938. De hadde et bredt utgangspunkt som stimulerte befolkningen med både sport, underholdning og mange anerkjente personer var å treffe i deres sendinger (Raboy 1996:26). Fra 1932 begynte BBC med sendinger også utenfor Storbritannia som i første omgang var rettet mot de britiske kolonier. Disse sendingene gikk under navnet Empire service. For å imøtegå propagandaen fra Hitler og Mussolini utvidet man disse sendingene fra 1938 (Crisell 1997:23-24).

Grunnleggeren av BBC John Reith har uttalt ”making the nation as one man” (Raboy 96:26). For å kunne nettopp gjøre dette har det blitt pekt på betydningen av å kunne samle

befolkningen til store felles arrangementer som nettopp da store sportsarrangementer og kongelige arrangementer. For eksempel fjernsynssendingen av Wimbledon tennis turnering i 1937 er en stor milepæl for nettopp dette målet. Men også tidligere radiosendinger av sport og kongelige arrangementer har vært viktige for BBCs nasjonsbygging.

Mens BBC vokste voldsomt utover 1930 tallet er de første årene for NRK kjent som konsolideringsfasen, en fase preget av mye rot og planlegging, men også sterk fremgang. Fra 1930 til 1935; altså to år etter NRK var etablert, hadde lisenstillene steget fra 83000 til 189 000 (Dahl 1999:224). De stod likevel et godt stykke tilbake for BBC som for alvor var i gang med å bli en av de mest betydningsfulle institusjoner i Storbritannia.

I likhet med BBCs positive utvikling i 1930 årene opplevde også radioen i Norge og mer spesifikt NRK en positiv fremgang selv om situasjonen som kjent var kaotisk rett etter oppstarten. Den positive utviklingen er preget av å gå fra en kaotisk situasjon da NRK ble etablert; hvor det ikke fantes en nøyaktig plan for verken utbygningen av en bærekraftig administrasjon, kartlegningen av innhold eller hvilke programmer som skulle sendes (Dahl 1999:223). Deretter opplevde NRK en stor vekst i lisensbetalere jevnt over hele landet. Dahl redegjør i sin historiske analyse for det han beskriver som ”to påfølgende mobiliseringsbølger blant lytterne”(Dahl 1999:248). I første omgang dreier det seg om den rent tekniske utbygningen som forbedret lytteregenskapene i stor grad, den andre mobiliseringsbølgen som beskrives retter seg fra 1936 og viser en fordobling i lytterantallet fra 1936 til 1939. Her vises det til forskjellige årsakssammenhenger som forklaringsmodeller og ikke kun en teknisk utvikling, men også en større sammenheng med økonomiske oppgangstider smeltet sammen med en oppgradering av sendenettet og store forbedringer i programinnholdet (Dahl 1999: 248 – 250).

4.4 BBCs innflytelse på NRK forsterkes under andre verdenskrig

Den positive utviklingen som NRK etter hvert opplevde utover 1930 tallet fikk naturligvis en stagnering ved okkupasjonen under andre verdenskrig, men likevel skulle krigen få en viktig betydning for forholdet til BBC. For det første må man forholde seg til to NRK kanaler under andre verdenskrig eller sagt på en annen måte må man forholde seg til to forskjellige forståelser av NRK. På den ene siden var det NRK på Marienlyst og på den andre siden NRK

i London som gjerne beskrives som ”eksil NRK”. Det første året under okkupasjon opplevde NRK lisensoppgang og positiv nyrekruttering. Dette skyldes nok heller ”eksil NRK” hvor muligheten for mer balanserte nyheter fant sted enn det som var tilfelle med Marienlyst sendingene. Uansett var det slutt på det som kan kalles en opptur høsten 1941 og NRK på Marienlyst falt delvis sammen. Det skyldtes en blanding av indre stridigheter og tyskerne sin beslutning om å stanse mange av de nye positive tiltakene som hadde blitt iverksatt våren 1940, men av størst betydning var nok bestemmelsen fra okkupasjonsmakten om å inndra radioene (Dahl 1978:287 – 293).

”Eksil NRK” som i utgangspunktet var BBC med en egen norsk sending gjorde en viktig jobb under krigen i motsetning til det som etter hvert ble situasjonen for NRK på Marienlyst. De Norske BBC sendingene startet 9. april 1940 med en egen nyhetssending på norsk, de ble raskt plukket opp av norske lyttere som var sultne på mer nyheter enn det NRK på Marienlyst for øyeblikket ga dem. De norske BBC sendingene var opprinnelige ikke underlagt norsk kontroll, men startet av det britiske informasjonsdepartementet som del av den britiske propagandakrigen (Dahl 1978:109- 111). Denne propagandakrigen kan man si at britene lyktes med, når det gjaldt å fange den norske opinionen. Dette skyldes at den norske befolkning i utgangspunktet var alliertvennlig, men også at britene hadde opparbeidet seg en teknisk fordel med BBCs norske sendinger: Rett i forkant av krigsutbruddet hadde BBC gjort en strukturforandring for å sikre seg mot flypeiling. En del av denne strukturforandringen gjorde at alle britiske hjemmestasjoner sendte ut Home service programmet. I de stunder hvor de norske nyhetene ble sendt kunne de rette all strålingen direkte mot norske apparater. Ingen andre utenlandske sendinger kunne måle seg mot denne effekten (Dahl 1978:116). På denne måten fikk mange tilgang til NRK sine sendinger fra London som i sin helhet hadde et mer troverdig og nøytralt budskap enn hva det okkuperte NRK på Marienlyst bidro med.

På noen områder skulle krigen vise seg å styrke NRK og BBC som institusjoner og da spesielt deres legitimitet, troen på radioen som et viktig nyhetsmedium og en institusjon for fremtiden. En spørreundersøkelse mot slutten av krigen viste nemlig at folk hadde en økt tillit til radioen. Forklaringen på dette for BBC sitt vedkommende skyldes for det første den generelle betydningen radioen fikk under krigen. Der andre medier som teater måtte holde stengt eller avisen ikke var i stand til å produsere eller sirkulere den nødvendige informasjonen av tekst

traff radioen folk i hjemmet deres med egen tilstedeværelse og gjorde folk del av et større fellesskap (Crisell 1997:61 – 63). For det andre hadde BBC under krigsårene klart å bygge opp en større legitimitet blant den hjemmelige befolkningen ved å fokusere på sannheten og mindre på propaganda. Dette førte til at folket i større grad ikke bare så på BBC som et instrument for myndighetene. Gjennom krigens år holdt også BBC oppe folkets moral ikke bare på bakgrunn av fokuset på sannhet og modighet, men også på grunn av dens familieritet og trygghet. Ved å bringe lyd og historier inn i de tusen hjem ble folket bevisst på at de var del av et større fellesskap som alle delte flere historier under krigen (Crisell 1997:61 – 62).

Betydningen BBC hadde i Storbritannia er også naturligvis overførbar til NRKs rolle for Norge. Her ble NRKs sendinger fra London fullstendig avgjørende for å kunne innhente informasjon som ikke baserte seg på okkupasjonsmaktens propaganda, de norske sendingene fra London var nok også preget av skjevhet og en for stor grad av optimisme, men i denne sammenheng spiller det liten rolle for å forklare betydningen av radioen under krigen. Der andre medier ikke strakk til var radioen det viktigste holdepunktet for informasjon om krigens utvikling. På denne måten fikk også NRK bygget opp en større tillit gjennom krigsårene hvor folk så betydningen av radioen som medium. Altså kom både NRK og BBC som institusjon psykologisk styrket ut av andre verdenskrig hovedsakelig på grunn av radioens viktige betydning som informasjonsspreder (Dahl 1978:352). For NRKs vedkommende er det liten tvil om at det var den London baserte NRK sendingen som hadde mest betydning for NRK gjennom krigsårene.

Etter krigen måtte NRK gjenreises og en viktig del av denne gjenreisningen gjaldt å skaffe til veie lyttere, dette måtte blant annet skje gjennom å skaffe folk radioapparater. Et større antall apparater kom for det første tilbake til sine respektive eiere fra steder tyskerne hadde lagret de beslaglagte apparatene. For det andre hadde også politiet et stort antall apparater lagret som omsatte blant den norske befolkningen. Sommeren 1945 var det registrert 135 000 lisensbetalere og antallet lisensbetalere skulle vise seg å øke de neste årene. I 1947 var det registrert så mange som 475 000 lisensbetalere altså en økning på 340 000 lisensbetalere som tilsvarer over 300 prosent (Dahl 1999:29). NRK var i fremmarsj og ekspanderte.

NRKs sendinger gjennom BBC systemet skulle vise seg å forsterke forholdet mellom de to aktører og BBCs norske avdeling beskrives som en institusjon i særstilling når det gjaldt NRK medarbeideres tidligere erfaring norske filologer var noe NRK særlig satset på å rekruttere, men like vanlig var det for norske filologer med et opphold på et par år i BBC Norwegian section før de ble rekruttert til NRK (Dahl 1999:63-65). I intervju med mangeårig NRK ansatt Høidahl får jeg bekreftet at denne trenden hadde utviklet seg videre og det oppfattes som veldig tydelig at det er meget normalt med større eller mindre opphold i BBC av ulike karakter enten det dreier seg om konferanser, kurs eller andre former for utveksling.

Jeg har vært på et uttall delegasjoner i BBC. Første gang var i 1975. Da var vi blant annet på en konferanse og stipendtur. Vi studerte blant annet nyhetsproduksjonen i distriktene. Senere jobbet jeg generelt mye med BBC kollegaer og var mye i London. Når det var noe nytt dro vi til London. Man følte man kom til slekten, det har alltid vært en link (Høidahl 20.10.06).

Man ser altså at utviklingen fra å ha norske filologer til å starte karrieren sin i BBC Norwegian section ble det også veldig vanlig for NRK journaliser og andre medarbeidere å reise på studieopphold til BBC. Som Høidahl sier var BBC det viktigste referansepunktet når man skulle lære seg noe nytt innenfor kringkastingen. Man ser altså at det ble veldig vanlig med et studieopphold i BBC for norske journalister og helt naturlig sted for å lære. Derfor kommer et så sterkt uttrykk som å kalle BBC for slekten til syne.

4.5 BBC pionerer innen fjernsynsteknologi

Andre verdenskrig hadde tvunget BBC til å legge om ressursbruken og fjernsynet ble da bortprioritert til fordel for andre hensyn. I 1946 altså året etter andre verdenskrig regnes som avsluttet, gjenopptok institusjonen sine fjernsynssendinger.

BBC begynte utviklingen av fjernsynet i 1929. Mannen bak teknologien het Baird og teknologien gikk derfor under navnet Baird-systemet. I 1933 ble det besluttet å avslutte deres egen utvikling av fjernsynsteknologi, altså Baird – systemet ettersom den amerikanske Emi – teknologien hadde kommet vesentlig lenger og utviklet seg i et raskere tempo enn Baird

systemene. De britiske myndighetene oppnevnte i 1934 en komité nærmere bestemt *Selsdon comitte* som skulle vurdere fjernsynets fremtid. Den vurderingen endte med en konsensus om at BBC skulle få ansvaret for å operere fjernsynssendinger i Storbritannia. Der ble det også vedtatt å fortsette bruken av egne Baird systemer, men samtidig benytte seg av den amerikanske Emi – teknologien. Det skulle altså være en testperiode hvor man etter hvert skulle beslutte hvilken teknologi som skulle satses på.

Innovasjon ble i teorikapittelet definert til suksessfull implementering av kreative ideer omformet til varer og tjenester (Kranenburg et.al 2008:5). Når BBC i 1936 var de første i verden som startet regulære *high – definition* fjernsynssendinger stadfestes dette som en innovativ handling. Tyskerne begynte fjernsynssendinger i 1935, men dette var bare 180 punkter, mens BBCs Baird-systemer hadde 240 punkts. Emi teknologien hadde et potensial på 405 punkter. High definition fjernsyn vil si at det er høyere kvalitet enn det som regnes som standardsendingene. Det første året var fremst en oppstartfase hvor de to konkurrerende teknologier ble prøvd ut. I 1937 ble det besluttet å satse på den Amerikanske Emi – Marconi teknologien (Crisell 1997:70 – 73).

Viktige hendelser i den første tiden med fjernsynssendinger var for eksempel kroningen av King George i 1937 (Crisell 2000:79). På denne tiden er det uansett viktig å huske på at befolkningsandelen med fjernsynsapparater var marginal. Tall tilsier at det var solgt om lag 5000 apparater i 1938 og nærmere 20 000 apparater før utbruddet av 2 verdenskrig hvor fjernsynssendingene ble stoppet (Crisell 1997:72).

Etter andre verdenskrig startet BBC igjen fjernsynssendinger nærmere bestemt i 1946. På bakgrunn av en kombinert radio og tv lisens begynte en betydelig vekst i 1949, men en hendelse i 1953 markerte på mange måter den virkelige overgangen til fjernsynet som sterkeste medium. Kroningen av Elisabeth den andre ble overført ”live” med 22 millioner seere (Crisell 2002:81). Med utgangspunkt i Reiths ideologiske mål for BBC kan man hevde at denne hendelsen markerer fjernsynets muligheter for å opprettholde og utvikle BBC som et samlingspunkt og nasjonsbygger av enda sterkere betydning.

4.6 NRK og fjernsynet

Den første uttalelsen fra offentlige hold i Norge som i det hele tatt relaterer seg til fjernsyn er når Fostervoll i 1949 benekter at det i det hele tatt finnes en debatt om å starte fjernsynssendinger i Norge ” NRK bør ikke oppfordre planene om fjernsyn, men konsentrere seg om utbygging av sendernet”. Fostervoll sitt utsagn bygger på en økonomisk frykt for at en eventuell satsing på fjernsyn ville føre til mangel på økonomiske midler for en videre utbygging av radioen (Kringkastingssjef Fostervoll uttalelse i NRK – styret 1949 Dahl 1999:104).

Å få fjernsynet til Norge skulle vise seg å bli en lang og omfattende prosess, interessen hos medarbeiderne i NRK var ganske laber. Overgangen mellom 1940 og 50 tallet reiste en rekke medarbeidere på utflukter i Europa og Nord – Amerika for å studere kringkastingen i andre land, men uten å proklamere fjernsynet på noen særlig positiv måte og det var heller sjelden nevnt som årsaken til studieturene (Dahl 1999:103 – 104). Motstanden mot fjernsynet stod sterkt i NRK, blant annet var den nye kringkastingssjefen Kaare Fostervoll en motstander.

I lengden kunne ikke Norge og NRK fornekte fjernsyn i så stor grad at de ikke engang gjorde en vurdering av hvordan fjernsyn eventuelt kunne opprettes i Norge. Danmark hadde allerede fått faste fjernsynssendinger i 1951 (Dahl 1999:106). Sommeren 1950 ble det første fjernsynsutvalget nedsatt med overingeniør Moe som leder. Samtidig kom også fjernsynet opp som et tema i den offentlige debatten i Norge (Dahl 1999:110 – 111). Moe sitt utvalg la høsten 1951 fram innstillingen for fjernsynet hvor de vektla at det ville bli meget kostbart, men samtidig gjennomførbart (Dahl 1999:116). Selv om det fortsatt gjenstod år med forhandlinger var veien til NRK fjernsyn nå i alle fall i gang. En viktig uttalelse som virkelig markerte at NRK nærmet seg fjernsynet kom fra den tidligere motstanderen av fjernsyn kringkastingssjef Fostervoll, på avreisen til et studieopphold i USA 1951 hvor han uttalte: ”Det har lenge vært på det rene at vi får fjernsyn hjemme, spørsmålet er bare hvor lang tid det vil ta” (Dahl 1999:117).

Etter år med drøfting og motstandsarbeid omkring oppstart av fjernsyn i Norge ble det omsider vedtatt i 1957 og prøvesendinger ble også startet opp samme år. I 1960 gikk det

virkelige startskuddet for NRK sine fjernsynssendinger, flere år etter våre skandinaviske naboer og flere tiår etter BBC.

NRK Fjernsyn i likhet med radioen ble dannet med det samme ideologiske utgangspunkt og hadde med andre ord ingen annen agenda eller formål enn radioen (Halse.et.al 2003:141). Likevel ga fjernsynet forbedrede muligheter for blant annet underholdning som jo også var en viktig del av radioens tilbud. Det var uansett viktig at det ble gjort på en sofistikert måte og den ideologiske oppdragerrollen allmennkringkasteren hadde gitt seg selv kommer til syne. Sendingene var også begrenset til noen timer i døgnet og skiller seg dermed fra det vi er vant med i 2010. En av grunnene for dette var myndighetenes redsel for at folk skulle passiviseres å sitte foran fjernsynet i for lange stunder. En forklaring på hvorfor fjernsynet kom så sent til Norge kan altså også begrunnes i frykten for den kulturelle påvirkningen et slikt medium ville ha. Argumentene gikk i retning av at fjernsynet ville være skadelig og overflødig. Det ville rett og slett gjøre at flere ville bruke mindre tid på det som omtales som mer verdifulle aktiviteter (Dahl 1999:123).

Frykten for fjernsynets kulturelle påvirkning har også referanser til den amerikanske tv – kulturen som man i Norge ikke ønsket å bli smittet av. Paradokset er som Dahl skriver at britisk fjernsyn etter hvert ville få en sterkere påvirkning i NRK enn den Amerikanske fjernsynsproduksjonen (Dahl 1999:127).

Utover 1960 tallet startet nemlig NRK en høy grad av utenlandsk programimport når det gjaldt fjernsynsproduksjon. Programimport innebærer å kjøpe ferdigproduserte programmer som opprinnelig er produsert for et primærmarked. Programimport er altså ikke et nytt fenomen, derimot startet det som vi ser, ganske samtidig med innføringen av fjernsynet. Dette skyldes at land med små nasjonale markeder er avhengige av import for å fylle sendeskjemaet (Enli.et.al 2010:105). BBC produksjoner stod etter hvert veldig sterkt i NRK. Dette bekrefter også tidligere NRK medarbeider Gunnar Høidahl:

Når det gjelder naturprogrammer så har NRK hatt et sterkt samarbeid med BBC. Jeg vil vel også tro at dramaproduksjoner har hatt en del å hente i den enorme produksjonen til BBC (Høidahl 20.12.2010)

I en årrekke har NRK hatt samarbeid med BBC om naturprogrammer, BBC har også hatt en solid suksesseksport av natur og faktaprogram. Fra mediearkivet i NRK blir det opplyst flere eksempler på BBC produserte naturprogrammer sendt i NRK de seneste tiårene: I 1982 sendte NRK "Kondorens flukt". En serie i 3 deler fra Andesfjellene. I 1990 ble "Taksvalen" sendt i NRK med originaltittel: "The world of survival". "Rovdyr i panser og plate", serie i 2 deler om krokodiller er også en BBC produsert serie som ble sendt i NRK i 2000 (NRK Mediearkivet v/ Øines 2011).

Dramaproduksjon i BBC har også hatt en stor betydning i NRK og eksemplene er mange (Enli et.al: 2010:106). Tidligere har det blitt nevnt at "light and shade" er det første eksempelet vi så på BBC import. Men viktigere var importen av den første store BBC – produksjonen "Fortsythe sagaen" som fanget det norske publikum i 1967 og bidro til at NRK fortsatte importen av BBC produksjoner.

NRK har også valgt å fornorske eller adoptere BBC – formler. Fleksnes kan hevdes å være et av de mest naturlige eksemplene ettersom det regnes som en av de virkelige store NRK – suksessene. Serien var basert på en situasjonskomedie fra BBC (Dahl 1999: s 478). BBC importen har vært vedvarende i NRK. I 2009 - 2010 er den meget populære NRK serien Himmelblå basert på et BBC konsept (Enli et.al 2010:118). Det samme er quizshowet det svakeste ledd med sin originaltittel "the weakest link" som ble sendt på NRK i 2004 da bare med norske deltakere og den norske programlederen Anne Grosvold. Quiz – showet er også et typisk formatkonsept som BBC og en rekke andre aktører har solgt flere av.

4.7 Fargefjernsynet

Når fjernsynsteknologien etter hvert utviklet seg videre kommer man ikke utenom fargefjernsynet som tok fjernsynsopplevelsen til et høyere nivå. Siden 1950 årene hadde BBC jobbet med utvikling av fargeteknologien og det var derfor naturlig at de ble de første i Europa med fargesendinger juli 1967 (Dahl 1999:481). I første omgang var det BBC2 som sendte i farger, mens hovedkanalen BBC sendte i farger fra 1969. Valget ved å begynne fargesendingene på den minst profilerte kanalen begrunnes i en bestemt strategi om å lokke seere over, men det var også praktisk å bruke kanalen med færrest seere til testing av ny teknologi (Crisell 1997:116). I Norge la Stortingsvedtaket 10. desember 1971 grunnlaget for at Kong Olavs nyttårstale i 1971 ble NRKs første fargesending. Årene etter NRKs første fargesending var det en gradvis økning i programmer som ble sendt i farger samtidig som flere skaffet seg fargeapparater. I 1973 ble hovedandelen av programmer sendt i farger og regnes derfor som året da fargefjernsyn var blitt standard i Norge. Prosessen med opprettelsen av fargefjernsynet i Norge har likheter med opprettelsen av fjernsynet. Det var stor skepsis og man ville bruke ressursene annerledes. Det ble stilt spørsmål om hvorvidt det var riktige økonomiske prioriteringer i forhold til å satse på en fortsatt forbedring av sendernet og infrastruktur. For det andre eksisterte det et politisk klima på den tiden med sterk kritikk mot industri og forbrukersamfunnet. Fargefjernsyn ble av enkelte sett på som en del av et unødvendig overforbruk og i verste fall vulgært. Altså rådet den samme skepsisen til fargefjernsyn som også hadde regjert under prosessen ved etablering av fjernsynet (Dahl 1999:490 - 492).

4.8 ITV utfordrer BBC

Teorikapittelet viste oss hvordan en liberalistisk politikk etter hvert etablerte seg i Europa. Storbritannia tilhører det landet hvor denne formen for liberalisering og deregulering tidlig fikk fotfeste.

I 1955 etableres ITV som et alternativ til BBC og monopolen blir dermed veltet. ITV defineres også som kringkaster, men med en større kommersiell profil og finansiering gjennom reklame. Likevel skulle ITV reguleres med strenge krav til programforpliktelse (Syvertsen 1991). Når politiske myndigheter velger å avslutte fjernsynsmonopolet til BBC kan det pekes

på flere grunner som nødvendigvis ikke kan distanseres fra hverandre. For det første representerer tidspunktet etterkrigstiden i Storbritannia hvor landet opplever en økonomisk vekst. Krav om valgfrihet og større bredde henger ofte sammen med at primærbehov er dekket og en økende velstand (Crisell 2002:82 – 86). Man kan velge å se på ITV som et før postmodernistisk trekk hvor kravet om større identitetsdannelse ble mer fremtredende i et metropolsk og etter hvert flerkulturelt Storbritannia; sagt på en annen måte ser man begynnelsen på en mentalitetsendring (Syvertsen 2001:21-23). For det andre er det en misnøye blant flere med hvordan BBC fremstår. Ingen av disse to årsakene kan distanseres fra hverandre, men henger jo naturligvis sammen. Forskning viser også at misnøyen med BBC henger sammen med virksomhetens elitistiske omdømme, som er fremtredende i public service visjonene til John Reith i boken *Broadcast over Britain (1924)*. Det hersket etter hvert en viss misnøye og kritikerne mente BBC trengte konkurranse.

For BBC betydde innføringen av ITV en synkende markedsandel. I 1957 bekreftet BBC at ITV hadde tatt markedsandeler fra BBC og ITV var i ferd med å få en ledende markedsandel (Crisell 2002:94). BBC klarte likevel å ta seg opp igjen og i 1962 hadde kanalene 50 % av seerne hver (Crisell 2002:112). Selv om ITV etablerte seg raskt og tok en betydelig del av seermarkedet de første årene, ble også sendeskjemaet utsatt for en såpass kritikk at misnøyen ble lagt til grunn når BBC fikk tildelt oppgaven med å etablere enn tredje fjernsynskanal i det britiske distribusjonsnettverket. Denne konsesjonen ble tildelt av Pilkingtonkomiteen i 1962 og betydde altså starten på BBC two/2. ITV opprettholdt ikke de kulturelitistiske krav som eliten etterstrebet og det eksisterte fortsatt et bilde av hva som var god og riktig underholdning blant de britiske myndigheter som BBC i større grad fortsatt opprettholdt (Syvertsen 1991).

Tilbakeslaget BBC opplevde ved innføringen av ITV skulle endre seg til mer positive tider for allmennkringkasteren. For det første var økningen i lisensavgiften og en økning i antall solgte tv-apparater med på å gjøre BBC finansielt sterkere. En sterk finansiell posisjon gir igjen kanalen muligheten til i større grad å levere kvalitetsproduksjoner. Serier som særlig pekte seg ut i denne tiden var blant annet: *That was the week that was*, *2 cars* og *Monthly pythons flying circus*. Sistnevnte som også skulle bli en global komediehit etter oppstarten i 1969. Særlig gikk den hjem hos det norske publikumet som kan ha referanser til den allerede etablerte norske tilknytting til BBC og britisk underholdning (Crisell 1997:117).

Fjernsynet befestet altså sin posisjon som stadig viktigere i det britiske samfunn med BBC som den ledende aktøren. Innføringen av BBC Two blir stående som den viktigste faktoren når det gjaldt innhenting av ITV sin fordelaktige markedsandel (Crisell 2002:119 - 122). Når veksten i oppslutningen rundt fjernsynet fortsatte inn i 1970 årene begrunnes det primært i en samfunnsendring. For det første er det blitt pekt på en økende fleksibilitet i det britiske samfunnet. For det andre opplever Storbritannia en økende arbeidsledighet. Dette er med på å forklare det økende konsumet av fjernsyn blant befolkningen. For det andre får BBC som allmennkringkaster endrede reguleringer; begrensningene på sendetid oppheves i 1972 (Crisell 1997:150 - 151).

4.9 Institusjonenes kommersielle grener

I 1979 ble BBCs kommersielle aktiviteter samlet under foretaket BBC enterprises ltd senere lagt om til BBC Worldwide i 1991 (Crisell 1997: 24). BBC Worldwide beskrives som den kommersielle armen til BBC og har et eksplisitt mål om å maksimere verdien av BBCs produkter som igjen skal komme lisensbetalerne til gode. Dette skal gjøres ved å spre BBCs merkevarer og medieinnhold over hele verden. Samtidig ønsker de å markedsføre britisk talent i Storbritannia og internasjonalt (BBC worldwide:2010). NRK journalist Høidahl påpeker at på et tidspunkt var de skeptiske til denne grenen i BBC:

Det var vel en periode hvor vi følte at BBC var i ferd med å bli for kommersielle, ettersom de fikk anledning til å skaffe seg nye inntektsmuligheter. De begynte med forlag og tidsskrifter. På en annen side ga de inspirasjon til NRK Aktivum som er NRKs kommersielle gren, bare i en mye mer beskjeden målestokk (Høidahl: 20.06.2010).

NRK Aktivum ble opprettet i 1997 som NRKs kommersielle arm for å generere ekstra inntekter. I følge dem selv skal pengene gå til videre programproduksjon i NRK (NRK Aktivum.2010). Igjen henter altså NRK inspirasjon fra BBC og denne gangen er inspirasjonen rettet inn mot hvordan kanalen skal kunne øke inntektene sine. Likevel er det som Høidahl

påpeker at NRK Aktivum er i en mye mindre skala enn BBC Worldwide. I intervju med NRKs teknologirådgiver Øyvind Solstad påpeker han også dette ” BBC driver mye proffere kommersielt; de selger programmer og en rekke andre ting”(Solstad: 26.3.2010). Med uttalelsen hevder Solstad at NRK ikke på langt nær når nivået til BBC når det gjelder kommersiell drift. Han viser til BBCs tidlige erfaring med konkurranse og et vesentlig større britisk marked.

4.10 BBC sentrale i ny teknologi

På slutten av 1970 tallet fikk kabel og satellitt teknologien et gjennombrudd med lanseringen av fiberoptisk kabel, men både satellitt og kabelfjernsyn hadde delvis vært på plass i Storbritannia siden 1950. Satellitt – tv begynte BBC allerede med i 1968. Det regnes som den første perioden hvor de tok bilder fra fjerne steder eksempelvis Mexico OL for deretter å sende dem videre til Storbritannia hvor seere mottok signalene analogt. Den andre perioden med satellitt – tv fungerte slik at hele programmer blir tatt opp gjennom ”satellitt kringkastere” deretter sendt innom BBC eller ITV for deretter å bli sendt videre gjennom kabeloperatørene. Den perioden hadde sin startfase i 1984. Den tredje perioden som startet i 1989 hadde mange likhetstrekk med forrige periode men denne gangen ble signalene sendt hjem til husstander hvor de mottok signalene via dekodere eller ”satellitt tallerken”, Fortsatt gikk signalene gjennom BBC og ITV, men også kabeloperatørene. Man betalte da for et abonnement. Dette ble kalt for DBS (direct broadcasting by satellite) (Crisell 2002: s 230). BBC har altså vært tungt involvert i satellittutviklingen også. Satellitt er noe som naturligvis også førte til mer konkurranse for BBC blant annet med lanseringen av SKY.

4.11 Endrede vilkår og konflikter i BBC med Thatcherism

For BBC som kanal betydde dereguleringen på 1980 tallet, kabel – og satellitt – tv naturligvis mer konkurranse, men vedtaket om at kabelselskapene skulle tilby BBC og ITV i sine pakker kan ikke tolkes som annet enn positivt for deres vedkommende. Kabelen fikk sin offisielle åpning i 1983 (Crisell 2002:229).

Utfordringene utover 1980 tallet stod i kø både i form av nye konkurrenter på bakgrunn av en dereguleringsbølge og økt politisk press på BBC om å drive effektivt med den nye Thatcher –

regjeringen bak spakene (Crisell 2002:222). Perioden var også preget av krig og andre ustabile geopolitiske forhold, noe som heller ikke gikk upåaktet hen i BBC. Blant annet opplevde BBC å få sin politiske uavhengighet stilt på prøve noe som førte til en større streik (BBC.co.uk: History of BBC).

4.12 Liberaliseringen kommer til Norge

Avmonopoliseringen kom senere til Norge. NRK beholdt monopolet helt frem til den store dereguleringsbølgen blåste innover den vestlige verden på 1980 tallet. NRK mistet sitt monopol i 1981.

Når partiet Høyre dannet regjering i 1981 hadde de programfestet å åpne opp for flere aktører i radio – og fjernsynssektoren. Dette skjedde i første omgang med at flere nærradioer fikk konsesjon, gjerne i de store byene (Halse.et.al 2003:196 – 197). Det ble etablert lokale kabelanlegg hvor enkelte fikk muligheten til å utvide med lokale fjernsynssendinger. Foruten at det ble åpnet opp for lokale sendinger fikk også kabelanleggene mulighet til å sende satellitt fjernsyn.

Det er flere grunner til at NRK omsider mistet eneretten til radio og fjernsynssendinger og med andre ord et komplekst bilde. En av årsakene er for det første presset fra grasrota hvor flere organisasjoner ønsket et større mangfold å ytre seg i, med andre ord en argumentasjon begrunnet i demokratiske prinsipper. Den form for argumentasjon var som vi kjenner også toneangivende for opprettelsen av ITV i sin tid. For det andre førte ny satellitt teknologi til at også Norges grenser ble utfordret hvor utenlandske aktører ønsket å komme inn på markedet med sendinger. Den første store utenlandske kanalen som dermed fikk etablert seg i Norge var SKY TV som da ble sendt over satellitt og ble dermed en av de tidlige konkurrentene til NRK (Halse.et.al 2003:201 – 203). Det var heller ingen tilfeldighet at det var høyreregjeringen som valgte å dele ut nye konsesjoner. Det hadde etter hvert blitt utviklet en viss misnøye med NRK på høyresiden i norsk politikk som følte NRK var venstresidens kanal.

Kabel – og parabolanlegg vokste frem i Norge, og den norske befolkningen fikk dermed tilgang på flere kanaler. Senere ble også den nordiske fjernsynskanalen TV3 etablert, men som sendte fra England for å kunne unngå bestemmelsene mot reklamefinansiert fjernsyn (Halse.et.al 2003:213). TVNORGE ble i 1988 etablert som den første helnorske private

fjernsynskanalen, den ble sendt over satellitt og klarte på en finurlig måte å unngå reklamebestemmelsene i Norge. Når også TV2 som en hybridkanal ble etablert i 1992 med rettigheter til å sende gjennom det analoge nettet, var for alvor NRK sin tid som monopolist over (Halse.et.al 2003:229).

Forandringer i NRK ble tvunget frem i den nye konkurransesituasjonen. Kringkastingssjef Bjerkaas har påpekt at konkurransesituasjonen som har eksistert siden 1992 har gjort NRK bedre: ” Er det noe som har vært bevist gjennom 18 år, så er det at det har vært bra for NRK å ha konkurranse på breddetilbudet” (DN 11.12.2010: Selsjord, 106). Med konkurranse fra TV2 måtte NRK tenke nytt for å opprettholde posisjonen og intervjuet med NRK medarbeider Høidahl påpeker han også den endrede mentaliteten som oppstod i NRK med konkurransen fra TV2:

Det er klart konkurransen betydde en god del, NRK er blitt mye raskere. Tidligere da vi hadde monopol, kunne vi holde en nyhet et døgn, ikke en hendelsesnyhet, men en gravenyhet. Det kan vi ikke nå lenger for vi må regne med at andre er på jakt etter det samme. Så sånn sett har konkurransen vært bra (Høidahl: 20.06.2010).

I likhet med BBC fikk også NRK etablert en ekstra fjernsynskanal i sendernettet. NRK2 begynte sine sendinger i 1996 og skulle da avlaste NRK1. Den begrensede tilgangen ga kanalen lav oppslutning den første tiden. Derimot er det en allmenn tilgang på NRK2 i 2010 og kanalen har en annen funksjon i NRK plattformen enn det situasjonen var de første årene med sending. NRK2 fikk plass i det norske sendenet 32 år etter BBCtwo hadde utvidet den britiske kringkasteren sitt register i det nasjonale markedet.

4.13 Oppsummering

I dette kapittelet har jeg vist hvordan NRK var på etterskudd i forhold til den utviklingen BBC viste gjennom 1900 tallet. Påvirkningen går i stor grad i en retning. I første omgang ble NRK dannet med de gjennomgående samme særtrekkene som BBC, hvorvidt dette er med en klar

hensikt finnes det ingen avgjørende bevis for, men som Høidahl sier er likhetene mer påfallende enn ulikhetene.

NRK ligger på etterskudd av BBC fra første stund, men kommer sterkere utover 1930 tallet med en positiv vekst i lyttere. Nivået er likevel langt fra BBC. NRK og Kringkastingsselskapets svake situasjon i Norge har referanser til klima, topografi, spredt bosetting og en mer krevende økonomisk situasjon. BBCs innflytelse viste seg tidlig, allerede med forløperen til NRK, som vi kjenner som Kringkastingsselskapet A/S, ble det hentet inn programinnhold fra BBC. Adapsjonen av BBCs *Light and shade* blir karakterisert som det første hørespillet sendt i Norge på Kringkastingsselskapet A/S (Dahl 1999:89).

Gjennom andre verdenskrig utvikles det et sterkt bånd mellom NRK og BBC. I 2010 kan denne hendelsen være en av forklaringene på hvorfor NRK i stor grad har fulgt BBC som et av de sterke referansepunktene og reist dit på kurs eller utveksling når de skal utvikle seg eller lære noe nytt.

Ved opprettelsen av fjernsynet befester vel bildet seg av to kanaler på ulik skala enda tydeligere. I Europa er BBC ledende på fjernsynsteknologi og gjennomfører HD sendinger allerede fra 1936, mens NRK først får regulære fjernsynssendinger fra 1960 altså en differanse på 24 år. Når NRK etter hvert begynner med regulære fjernsynssendinger blir BBC en av de aller viktigste kildene til import og produksjon av fjernsynsprogrammer. Fargefjernsynet er BBC først i Europa til å sende, mens NRK nok en gang er på etterskudd med første fargesending i 1971.

BBC må allerede forholde seg til konkurranse i 1955 med opprettelsen av ITV, mens NRK ikke mister sitt monopol før i 1981. Konkurranse fører ofte til press på å fornye eller forbedre seg, med opprettelsen av BBC Two i 1962 tar BBC tilbake sin ledende markedsandel, mens NRK ikke får opprettet en ny kanal i sendernettet før i 1996 med NRK2.

5. NRKs posisjon i endring

I forrige kapittel viste jeg hvordan NRK gjennom store deler av 1900 tallet lå på etterskudd av BBC. I dette kapitlet skal jeg vise en endring i denne situasjonen, NRK har ikke bare hentet inn store forsprang, men også hevdet seg som et mediesystem i front på enkelte områder når det gjelder innføringen av digital teknologi. For å analysere dette på en hensiktsfull måte ønsker jeg å drøfte enkeltelementene i virksomheten til en kringkaster og på den måten kartlegge hvem som har ligget i front eller på etterskudd innenfor hvert segment. Sitatet under er hentet fra NRKs distribusjonsstrategi viser at NRK innehar offensive digitale strategier.

NRKs ambisjon er å tilgjengeliggjøre NRKs produkter, tilbud og tjenester for alle. Tilbudet kan i økende grad tilpasses forskjellige målgrupper, deres behov og prioritet. Samtidig trenger NRK å prøve ut nye distribusjonsformer for å finne de beste løsningene for publikum.

(NRKs distribusjonsstrategi 2006 – 2012)

5.1 NRKs nye digitaliseringsverktøy inspirerer andre aktører

I følge strategidokument *Noe for alle alltid 2002 – 2006* går det frem at NRK skal ta i bruk en ”felles, digital produksjonsplattform som vil gi redaksjonelle, organisasjonsmessig og produksjonstekniske gevinster”. Dette dokumentet ble utgitt 2004 og refererer til NRKs nyerverving ”Programbank” som da var under planlegging.

Programbank er et verktøy som refererer til et filbasert produksjonsnettverk. I den enkleste forstand er det et lagringssystem for digitale filer, men også et nettverk. Programbank bunner altså i digital teknologi slik teorikapitlet presenterte. Digitalteknologi fungerte som et universelt språk der all informasjon ble bearbeidet på samme grunnperspektiv altså binære tall. Videre komprimeres digital informasjon på en som gjør at det tar langt mindre plass (Jensen 2000:24) Programbank kan derfor bringe sammen alle divisjonene i NRK på en måte

som ikke var mulig med analogteknologi. Nettverket gir alle muligheten til å raskt hente ut alt fra uferdige til ferdige produksjoner som er av nytteverdi til nye prosjekter og produksjoner. Enten det er for radio, tv eller andre medier (*NRK torget, hva er programbanken 2007*)

Begynnelsen på det vi kjenner som Programbank i NRK strekker seg opprinnelig tilbake så langt som til 1990 tallet da man allerede da skjønnte at et mer effektivt produksjonssystem ville være fremtiden, men en konkret begynnelse av programbank ble først klar i 2004. Et utvalg i NRK etter forespørsel fra NRK direktøren la frem en kortfattet og presis presentasjon av hvordan NRK sin fremtidige infrastruktur på produksjonssiden ville se ut. November 2006 ble avtalen skrevet under med leveringsselskapet TSL. Tiden etter første presentasjon i 2004 og avtalen i 2006 hadde vært preget av anbudsrunder og research (*NRK torget dokument "historikk programbanken":2007*).

Teknologirådgiveren til NRK uttaler seg med stor selvtillit når han får mulighet til å svare på hvor langt NRK er kommet når det gjelder digitaliseringsprosesser:

NRK er faktisk de fremste i verden på digitalisering, vi har et svært prosjekt i NRK som heter Programbank. Alt foregår digitalt med programbank. Vi har derfor en hel digital produksjonsskjede allerede. Det kommer både folk fra BBC og CNN for å se på dette (Solstad:26.3.2010).

I henhold til NRK dokument *hva er PB 2007* vil "Programbank" både være effektiviserende og gi mindre ressursbruk enn tidligere. Det er med andre ord slutt på tiden da det var nødvendig med kopiering og generelle kostnader til bånd. For redaksjonene er nå tilgangen til NRK sitt arkiv både regionalt og på Marienlyst mye enklere. Programbank er derfor bygget opp på en måte som gjør stoff og produksjon fra tidligere programmer tilgjengelig som datafiler. Datafilene er søkbare og raskt tilgjengelig for gjenfinning og gjenbruk i flere deler av NRK. Programbank er altså et nettverk hvor alle produksjonsmiljøene i NRK er knyttet sammen.

Programbank gir også ytterligere fordeler med distribuering av innhold gjennom flere mediekkanaler. Behovet for å reformatere slik at man tilpasser de enkelte medieformater forsvinner og får på den måten en større fleksibilitet.

Med programbank reduseres ventetid og typiske flaskehalser og på denne måten oppnår NRK en kostnadseffektivisering. I et av de tidlige dokumentene som beskriver Programbank vises det til at andre kringkastere har oppnådd bedre arbeidsflyt og fått mer for pengene gjennom slike produksjonsnettverk. I samme dokument påpekes også at 2005 vil være et år for kartlegging og de vil hente erfaring fra andre kringkastere som har kommet lengre enn NRK i digitaliseringsprosessen. Setningen i dokumentet divergerer fra hva teknologirådgiver Solstad sier om at NRK er fremst i verden på digitaliseringsprosesser, ettersom den jo eksplisitt påpeker at andre kringkastere ligger foran i deres digitaliseringsprosess (*Ny infrastruktur og programbank 2003*).

Den digitale produksjonskjeden er en av flere elementer som trer frem som viktige med omstillingen til et digitalt mediesystem. Teknologirådgiver Solstad fremhever også at NRK er en av de fremste på dette og sier implisitt at de ligger lenger fremme enn BBC på dette området. Hvor langt NRK egentlig ligger fremme på dette punktet er likevel vanskelig å si. For det første kommer det frem i NRK sine dokumenter om programbank at flere kringkastere allerede benytter seg av en slik type filbasert produksjonsnettverk. Det fremkommer av BBC dokumenter at de selv jobber med å utvikle seg på dette området.

The digital production partnership will also explore a common approach to the cataloguing and storage of digital content. This could enable an online marketplace, facilitating the commercial re-use of content within the production process on a larger scale than ever before. To enhance the operability of the marketplace, the BBC is already working to solve key issues around back-office systems (including rights payment processing) and will be engaging with partners in the industry” (Digital Britain: The BBCs role 2009)

Legger man til grunn årstall fra dokumenter og troverdigheten til teknologirådgiver Øyvind Solstad er NRK en foregangsmodell for BBC med digitalisering av arkivmateriale og en innarbeidet digital produksjonskjede. I følge Øyvind Solstad er en allmennkringkaster med en godt innarbeidet digitalstrategi, helt avhengig av en hel digital verdikjede.

Alt du ser på NRK Super har aldri vært på tape, altså det som er produsert internt. Den digitale produksjonen skal etter hvert utvides til å gjelde alle divisjoner. I nyheter har det vært i årevis, i Promo er det etablert og det skal etableres i Fakta (Solstad: 26.3.2010)

Solstad poengterer altså betydningen av at en allmennkringkaster med en godt innarbeidet digitalstrategi innehar en digitalproduksjonskjede, noe NRK er i ferd med få. Selv om distribusjonen nesten er hel digital er det jo også et poeng at produksjonskjeden er digital, her har altså NRK kommet langt i følge Solstad. Han sier videre at ” på radio er hele produksjonen digitalisert, fjernsynet er i ferd med å bli det og internett har naturligvis alltid vært det” (Solstad: 26.3.2010).

Etter hvert skal også arkivmateriale som er liggende bli digitalisert etter ”need to have” prinsippet. NRK ligger altså langt fremme i utviklingen av en effektiv produksjonskjede.

Kostnadsbesparelse og effektivisering er de to årsakene som befester grunnlaget for hvorfor det er av sentral betydning med implementeringen av en digital produksjonskjede. NRK peker seg ut med offensiv og fremtidsrettet satsing på ”Programbank verktøyet” som altså er til inspirasjon for BBC.

5.2 Prosessen for NRK og BBC med omlegging til digital radio

Opprinnelig har historien vist oss hvordan BBC var blant de fremste i verden med utbyggingen og organiseringen av radiomediet. I 2010 er ikke radioen det mest betydningsfulle mediet verken for BBC eller NRK. Det har vist seg krevende å få til en hel digitalisering av distribusjonen. Årsakene til dette skyldes til en viss grad at de analoge radioapparatene ikke blir byttet ut med digitale radioapparater raskt nok og det faktum at det

er langt flere apparater å skifte ut enn det som var tilfellet med fjernsynet. BBC og NRK står oppe i en tilsvarende situasjon hvor begge har digitalisering av radiodistribusjonen som en viktig utfordring de neste årene. På et overordnet nivå kan den digitale standarden for radio kjent som DAB føres tilbake til 1984 og tilhører en helhetlig plan fra EBU sin side. Likevel er det enkelte aktører som har vært mer frempå i denne utviklingen enn andre.

I 2010 har fortsatt NRK og BBC sendinger gjennom FM nettet og ingen av kanalene har således fullbyrdet overgangen til en hel digital radiodistribusjon. Begge har likevel betydelige sendinger gjennom DAB distribusjonen og annen digital distribusjon som nettradio, DTT, satellitt og mobiltelefonen. DAB (Digital audio broadcasting) radioen sitt formål blir å være hovedstandarden for mobile standarder; altså i bilen eller lignende. For stasjonære lyttere vil internett, DTT og satellitt være en tilfredsstillende løsning. BBC ønsker å ta en ledende rolle og medvirke til at DAB blir den ledende standarden: We are making a clear statement of Government and policy commitment to enabling DAB to be a primary distribution network for radio” (*Digital Britain: The BBCs role 2009*).

BBC og Storbritannia har blitt karakterisert som ”lokomotivet” innen DAB radio – dette på tross av at det fortsatt ikke eksisterer en hel digitalisert radio distribusjon i BBC og Storbritannia. BBC begynte sine første sendinger gjennom DAB allerede i 1995 og kunne da nå 60 % av sine lyttere. NRK og Norge regnes også som pionerer innen DAB radio, men utbyggingen av DAB startet først i 1999. Det hadde da vært gjennomført planlegging og prøvesendinger siden 1995 og NRK hadde vært de første i verden til å opprette en digital radiokanal, nemlig NRK klassisk i 1995 (Aagesen 2007:5 & 52).

Som jeg viste i teorikapittelet har de statseide allmennkringkasterne etter hvert blitt mediepolitiske mål i seg selv, men også redskaper for myndighetene for å oppnå mediepolitiske mål (Feintuck et.al 2006:57). Situasjonen kommer også til uttrykk gjennom utviklingen av et digitalt radiotilbud. NRK har i likhet med BBC vært en pådriver for DAB utbygging og uttrykker eksplisitt at de skal være en pådriver for overgangen til digitalradio i Norge (*Handlingsplan kdiv 2005: 2004*).

I 2007 skulle i utgangspunktet alle nisjekanaler slukkes i FM nettet og kun bli sendt digitalt, men kulturminister Trond Giske ønsket ikke å tvinge folk over på DAB radio og prosessen ble

derfor ikke gjennomført. Det er videre besluttet at de tre hovedkanalene til NRK – radio fortsatt skal sendes gjennom det analoge FM nettet (*NRK distribusjonsstrategi 2006 – 2010: s 9*). NRK på sin side har derfor hatt en mer ekspansiv målsetting enn myndighetene når det gjelder digitalisering av radioen. Samtidig har også digital radio Norge presset på for en slukkedato (*overordnet Strategi 2007 – 2012*). En langvarig dobbeldistribusjon av både FM nettet og det digitale har vært et mål for NRK å slippe grunnet dobbeltkostnadene. Kulturdepartementet sin siste innstilling til digitalisering av radiomediet ble presentert fjerde februar 2011:

Departementet har derfor konkludert med at det er foremalstenleg å ta sikte på at FM-sendingane blir avvikla i 2017. Ei avgjerd om avvikling av FM i 2017 vil gi lyttarane narmare seks ars omstillingstid

(St.meld. nr 8 2010 – 2011:36)

Denne slukkedatoen skiller seg fra NRKs ønske om 2014, men samtidig er nok NRK fornøyd med å ha på plass en endelig dato for slukking av det analoge nettet. Likevel kommer det frem av stortingsmeldingen at visse krav må være oppfylt for at den endelige slukkingen av FM – båndet kan finne sted. To av disse kravene må være oppfylt innen 2015 og peker på at det må finnes tilfredsstillende løsninger for radiomottak i bil og minst halvparten av lytterne må daglig være innom en digitalradio – plattform. I tillegg til er det stilt dekningskrav og at digital radio medfører en merverdi for lytterne (St.meld. nr 8 2010 – 2011:27).

En helt sentral verdi med allmennkringkastingen som vi kjenner fra teorikapittelet innebar en full dekning og dette vilkåret har blitt stående (Syvertsen 1991). Sammenligning av det digitale radiotilbudet mellom NRK og BBC i 2010 viser at de foreløpig ikke har nådd dette målet. BBC når i 2010 87 % av den britiske populasjonen med digitale sendinger og vil nå 90 % medio 2011 (BBC radio:30.8.2010). I Norge kunne 80 % av befolkningen motta et DAB tilbud fra NRK 2009. Det er ikke blitt bygget noen nye DAB sendere siden den respektive målingen ble gjort, likevel tror man dekningen har økt noe med opprustningen av senderstasjonene (Fordal:29.8.2010). I følge den siste stortingsmeldingen er Danmark landet med best utbygget DAB nett, med Storbritannia og Norge på de neste plassene (St.meld. nr 8 2010 – 2011:44).

NRK tilbyr omkring 16 radiostasjoner hvor alle er tilgjengelige på nett og et flertall på DAB plattformen. FM nettet har det dårligste tilbudet av NRK kanaler. Blant annet er NRKsport en digital radiokanal som fast sender BBCs premier league sendinger (*NRK årsrapport 2009*). BBC har hele 10 nasjonale radiokanaler og 40 lokale kanaler i Storbritannia (BBC.co.uk/radio:30.08.2010). Utover dette, kommer de internasjonale radiosendingene BBC World service som NRK er en flittig bruker av. Disse BBC sendingene gjennom NRK sitt distribusjonsnettverk kan ha røtter tilbake til andre verdenskrig. NRK radio benytter seg av BBCs internasjonale sendinger og distribuerer dem gjennom deres plattform.

BBC believes that it, too, can play an important leadership role in the transition, drawing on its experience of digital switchover in television, its unique breadth of expertise and the strength of its relationship with audiences (Digital Britain 2009:36)

BBC ønsker å være en pådriver for den digitale utviklingen av Radio i Storbritannia og tror mediets fremtid er avhengig av det. Videre er BBC innstilt på en forpliktelse til DAB teknologien og vil sørge for 90 % dekningsgrad rundt medio 2011. En økning av dekningsgraden slik at man nærmer seg FM dekning vil kreve store ressurser og BBC har derfor en refleksiv tilnærming til en slik ambisjon da de tror det kan være tungen på vektskålen for en fullstendig overgang. Likevel vil det kreve flere hundre sendere å gå fra 90 – 100 % og kanskje opp til 7 år. Det burde derfor også vurderes andre løsninger for de mest avstedsliggende områder.

BBC ser også positivt på de britiske myndigheters kriterier for å begynne på en endelig overgang, men ønsker også å presisere behovet for en ryddig prosess der det blir nødvendig med ytterligere analyser for å sikre en robust migrasjonsplan bestående av kontinuitet og kvalitet til alle lyttere. Det må også defineres en målemetode for dekningsgrad som gjelder for alle. De britiske myndigheter ønsker 2015 som endelig dato for overgang, men sier at det til syvende og sist kommer an på forbrukeren. Storbritannia og BBCs migrasjonsplan med 2015

som slukkedato representerer en mer løssluppen handlingsplan enn planen som er vedtatt og foreligger NRK og andre norske radiokanaler (Kulturdepartement Storbritannia:8.7.2010).

Vi ser altså at både BBC og NRK står plantet i en tilsvarende situasjon når det gjelder radioen og har kommet like langt i migrasjonen. Likevel kan begge institusjonene forholde seg til såkalte slukkedatoer, NRK kan forholde seg til 2017 med forbehold om at visse kriterier er oppfylt. BBC på sin side opererer med et mål om 2015 satt av myndigheten, men dette representerer i større grad et pragmatisk mål i forhold til handlingsplanen som foreligger i Norge. Begge er pionerer innen DAB og digital radio, til tross for et tidligere utbygget distribusjonsnett i Storbritannia. Det er likevel et komplekst bilde som rører seg hvor flere aktører har vært delaktige i etableringen av DAB radioen.

BBC har av dokument i 2009 imøtegått myndighetenes foreløpige overordnet strategi for fulldigital radio og fremhever deres konsensus på 3 områder: - viktigheten av digital distribusjon for mediet, en dedikert digital plattform og forpliktelse til DAB som en viktig distribusjonsmekanisme. BBC i likhet med NRK mener at det er kritisk med en digital overgang for mediet sin fremtidige overlevelse (Fordal:29.4.2010).

5.3 Digitalt bakkenett for å sikre Allmennkringkastingen

Til forskjell fra radiodistribusjonen er fjernsynsdistribusjonen til NRK heldigital i 2010. De sender altså kun digitale fjernsynssendinger. De siste analoge sendingene til NRK ble skrudd av i 2009 etter en prosess over noen få år hvor region etter region fikk slukket de analoge sendingene. NRK var svært delaktige i prosessen. En lignende prosess finner også sted i Storbritannia, men der blir ikke de siste analoge sendingene skrudd av før i 2012, til tross for at det digitale bakkenettet har vært ferdigstilt i flere år (*Digital UK, annual report 2010*).

I Storbritannia og Norge har prosessene rundt et digitalt bakkenett artet seg noe forskjellig, men samtidig har BBC og NRK i stor grad hatt lignende roller i de respektive landene. Der staten tok en aktiv rolle i Storbritannia ble det tidlig klart i Norge at et digitalt bakkenett måtte bygges ut på privat initiativ uten statlige subsidier: Konesjonæren må selv finansiere

utbygging og drift av nettet. Det vil ikke bli gitt offentlige tilskudd til etablering eller drift av virksomheten”¹.

NTV er selskapet i Norge som eier og drifter infrastrukturen i det digitale bakkenettet. Som eneste søker fikk selskapet konsesjon til å bygge ut bakkenettet i 2006. konsesjonen hadde da endret seg fra den opprinnelige utlysningen i 2002 hvor perioden var satt til å gjelde 12 år, til å gjelde for 15 år ved utlysningen i 2006. NTV er et selskap opprinnelig opprettet av NRK og TV2 som fikk med seg Telenor broadcast på eiersiden i 2005 (Augland:10.1.2011). En slik eier konstellasjon må ses i lys av konvergensaspektet som presenteres i det teoretiske rammeverket. Her blir det blir lagt vekt på hvordan det tidligere skillet mellom telekommunikasjon og kringkasting stadig marginaliseres ikke bare i et teknologisk perspektiv, men også som tidligere adskilte økonomiske sektorer. Eier konstellasjonen i NTV illustrer dette forholdet på en presis måte (Syvertsen 2004:35).

Bakgrunnen for opprettelsen av det digitale bakkenettet har sin opprinnelse i en 10 år lang prosess som hadde sin naturlige start på Stortinget som det viktigste organet i norsk samfunnsliv. I 1997 ble første gang det digitale bakkenettet nevnt, mens første seriøse debatt fant sted i 1999 (Storsul 2008:45). Det viktigste prinsippet i den videre bearbeidelsen omkring en utbygning av bakkenettet innebar som vi har sett at staten skulle ha en posisjon som tilrettelegger for en eventuell utbygger og regulere nettet ved konsesjon fremfor en aktiv rolle som utbygger. Med bakgrunn i denne situasjonen ble NTV tildelt konsesjon. Når statlige subsidier til bygningen av det digitale bakkenettet var uaktuelt var det avgjørende at konsesjonen fikk en bærekraftig bjelke i form av at de som ønsket å påta seg driften av det digitale bakkenettet kunne være konkurransedyktige, ”de industripolitiske hensynene var derfor sentrale når vilkårene for bakkenettet skulle fastsettes” (Storsul 2008: s 45). Det ble derfor en konsensus om at det analoge sendenettet måtte avsluttes relativt raskt etter bakkenettet stod klart, samtidig skulle finansieringen ha sin hovedtyngde gjennom betal tv (Augland:10.1.2011).

For å forhindre at NTV som en sterk konstellasjon ikke skulle få en for suveren posisjon ble konsesjonen utarbeidet på en slik måte at den la til grunn objektive utvelgelseskriterier og

¹ Kult.dep – konsesjon for digitalt bakkenett: 2002

NTV skulle samtidig forhindres fra å prioritere eiernes kanaler. Selskapet Riks – TV ble etablert av de samme eierne som NTV, men likevel som et selvstendig selskap. Der NTV er ansvarlig for driften og utbyggingen av selve infrastrukturen er Riks – TV selve tjenestetilbyderen av kanaler med unntak av NRK som er tilgjengelig uavhengig av Riks – TVs kanalpakker. NTV står også ansvarlig for å sikre NRK sin posisjon.

For NRK var opprettelsen av et digitalt bakkenett svært viktig for deres posisjon i det fremtidige fjernsynsmarkedet. Tanja Storsul (2008:43) skriver at på en generell basis ble det argumentert for et digitalt bakkenett for styrking av offentligheten og en motvirking mot den økende fragmenteringen som vi har sett at digitaliseringen medfører. Den mer latente argumentasjon sier simpelthen at NRK og allmennkringkasterne kunne fremmes mer effektivt i et digitalt bakkenett enn i kabel – og satellittnettene. Dette underbygges videre med at det var de riksdekkende allmennkringkasterne som i første omgang etablerte NTV ettersom dette var det mest gunstige de kunne gjøre for å opprettholde deres sterke profil i markedet som stadig ville møte mer konkurranse fra det voksende digitale fjernsynsmarkedet.

Det delvis NRK eide selskapet NTV opplyser også at de var de første i verden til å bygge ut i MPEG4 – formatet som legger grunnlaget for å kunne sende i HD format. Dette formatet regnes som en revolusjon i billedkvaliteten (Augland:10.1.2011)

I Storbritannia ble det digitale bakkenettet gjennomført med offentlige midler, men i likhet med NRK var BBC en sentral pådriver: Put simply, from around 2002, the BBC has been increasingly seen by the UK government as the chief policy instrument through which it can still achieve its digital TV policy objective” (Smith & Steemers 2007:45). Det delvis eide BBC selskapet Freewiew ble et viktig redskap for myndighetene i digitaliseringen av distribusjonsnettet

Medietilsynet i Storbritannia kjent under navnet Ofcom styrer konsesjonene i Storbritannia. Totalt er det seks multiplexer tilgjengelig i det digitale bakkenettet. BBC er sikret en egen multiplex som er direkte delegert fra myndighetene. Videre er det Ofcom som står ansvarlig for å dele ut konsesjon i de andre multiplexene. Freeview – plattformen har konsesjon på en av plattformene (Ofcom: 2009). En lignende struktur ser vi også i Norge hvor NRK er tilgjengelig i bakkenettet uavhengig av Riks – tv. Forklaringen på dette skyldes at de offentlige allmennkringkasterne skal være tilgjengelig uten noen form for avgift enn lisens.

I begge land har valget om digitalt bakkenett vunnet frem og i begge land har begrunnelsen vært fordi det vil gagne allmennkringkasteren (Storsul 2008:42 – 43). Hovedforskjellen i de to landene går altså på hvilken rolle staten tok i digitaliseringen av bakkenettet. I Norge valgte Stortinget å konkurranseutsette alt, mens den britiske stat tok en mer aktiv rolle i utbyggingen. BBC driver selskapet Freeview som kan sammenlignes med Riks TV.

Oppsummerende har NRK presset frem en overgang til heldigital distribusjon og gjennomførte sine siste analoge sendinger i 2009. BBC og myndighetene på sin side har også valgt en strategi hvor de analoge sendingene blir slukket i en landsdel av gangen, men overgangen blir derimot først fullført i 2012. Samtidig var det NRK eide selskapet NTV de første til å bygge ut MPEG4 – format. I lys av den situasjonen jeg beskriver innehar NRK en ledende rolle i forhold til BBC på akkurat dette punktet. Essensen blir likevel at begge kanalene har vært sentrale i utforming av det digitale bakkenettet. Trenden hvor begge institusjonene innehar en ledende eller utøvende posisjon ved å føre de respektive landene inn i en heldigital tidsalder, utkrystalliserer, seg på nytt.

6. NRK og BBCs utvikling på nett

I kapittel 5 og 6 ble NRK og BBCs prosesser med digitaliseringen av de eldre og klassiske mediene drøftet. Internett derimot representerer for allmennkringkastingen et nytt ben å etablere seg på. Det spekuleres også om dette mediet etter hvert vil bli det mest sentrale mediet for kringkastingsinstitusjoner for distribusjon av nyheter, underholdning og annet innhold. Dette begrunnes for det første i nettets potensial som medium. For det andre viser kurvene at publikum stadig bruker mer tid på dette mediet. På bakgrunn av dette skal jeg i dette kapittelet studere satsingen til NRK og BBC på internett og analysere den historiske utviklingen de to institusjonene har hatt på nettet, men også analysere hvordan de to ulike nettstedene fremstår.

6.1 NRKs nettsatsning

Gjennom statistikk og målinger fremgår progresjonen til nrk.no samtidig gir det også et innblikk i hvordan internett som mediekanal stadig har fått økt fokus i NRK. Ved intervju med teknologirådgiver i NRK Øyvind Solstad kommer det til uttrykk at nrk.no er et satsingsområde innenfor institusjonen:

Nettsidene er den minst prioriterte enheten i praksis nå, men ledelsen i NRK sender sterke signaler på at nett skal prioriteres og kommer til å bli den viktigste virksomheten vi driver med (Solstad 26.3.2010).

Tall fra 2010 uke 22 viser at nrk.no hadde 630 687 unike brukere og i henhold til den målingen, Norges sjette mest besøkte nettsted (TNS gallup). I 2006 viser tall at nrk.no hadde besøk av 608,078 unike brukere i løpet av en uke. Altså har NRK etablert seg i toppen blant de mest besøkte nettstedene i Norge. Derimot var situasjonen annerledes de første årene. Fra 1995 til 2000 hadde NRK ingen oppdaterte nyhetstjenester på nettet. Råd fra EBU gikk i retning av å være restriktive med aktivitetene på nett. NRK opererte derfor med små

budsjetter og en moderat satsing de første årene. Arne H Krumsvik (2009:58) skriver at NRK har brukt dette som forklaring på hvorfor de ikke ledet an på nettet de første årene. Samtidig kan dette ses i lys av Clayton M Christensens (1997) forklaringer på hvordan veletablerte selskaper ofte ikke evner å være innovative. Hadde NRK i dette tilfelle sett hvor raskt internett kunne bli en helt sentral del av virksomheten ville de mest sannsynlig satset tidligere.

I NRKs strategidokumenter fra 2004, kommer det frem et eksplisitt delmål om 1,3 millioner unike brukere pr måned av nrk.no innen 2006 (*Noe for alle alltid 2004*). I *Handlingsplan 2005* kommer samme delmål til uttrykk; altså 1,3 millioner brukere i måneden. Derimot hadde NRK sine strategiplaner for 2003 et mål som tilsa 600 000 unike brukere i måneden. Denne målsettingen ønsker de å nå med krysspromotering i de ulike mediekanalene NRK rår over, altså gjennom NRK fjernsyn og radio. I tillegg til NRKs strategidokumenter får jeg også bekreftet av NRKs Øyvind Solstad at det ikke er mangel på ambisjonsnivå for nrk.no:

NRK er en hval på alle mulige måter, og når en hval først har snudd seg og begynner å svømme riktig vei så er den jo nesten ustopkelig. Jeg ville derfor ikke sovet så veldig godt om natten hvis jeg var redaktør for VG.no (Solstad: 26.3.2010).

Selvtilliten og troen på at de vil bli størst på nett er definitivt tilstede og i strategidokumenter som kommer frem av 2008 ønsker de å etablere seg som et av de to største innholdsnettstedene innen 2012 (*NRKs strategi 2009 – 2012*). Tall fra sommeren 2010 viser at det målet ble nådd juli måned respektive år (Helljesen:2.9.2010).

NRKs nettsatsning begynte i 1995 med et webprosjekt tilknyttet fjernsynsprogrammet ”Rondo” og radioprogrammet ”Radionettet”. Radioprogrammet tok for seg internett og nye medier, i tillegg ble det lagt ut stoff på programmets nyopprettede nettsted (Rasmussen 2002:137 – 138). Samtidig med disse webprosjektene utarbeidet NRK en foreløpig plan for deres tilnærming til såkalte ”nye medier”. I den forbindelse ble det utarbeidet en konsensus hvor NRKs fremtidige målsetting og strategi innebar å være en innholdsleverandør til alle

tilgjengelige medieplattformer fremfor og kun opptre som en radio og fjernsynskringkaster. Hovedpoenget er at NRK ønsker å lage attraktivt innhold, deretter er det opp til den enkelte hvilken plattform man ønsker å konsumere innholdet gjennom. Prosjektgruppen som kom frem med denne uttalelsen ble kalt NRK Interaktiv og hadde som oppgave å jobbe med digitale løsninger og publisering på nettet. (Moe 2008:191).

NRKs nettsider var opprinnelig finansiert gjennom lisensen og hadde kun tre ansatte med et svært restriktivt budsjett. Da man begynte å nærme seg tusenårsskiftet var det et reelt stemningsskifte i NRK og et ønske om å gjøre tjenestene på nett mere synlig. Det ble tidlig klart at en økt nettsatsing krevde mer økonomiske midler. Disse inntektene skulle genereres med reklame på nettsidene. NRK ble derfor nødt til å definere nrk.no utenfor allmennkringkasteroppdraget (Krumsvik 2009:59). En slik omdefinering må settes i sammenheng med den opprinnelige tiltenkte allmennkringkastingsrollen jeg viser i teorikapittelet, hvor kringkastingsmonopolene skulle være distansert fra markedsløkken. Arne H Krumsvik beskriver i sin doktoravhandling (2009) hvordan en ny ambisiøs satsing på internettnett ble satt ut til livs i år 2000. For det første ble NRK Futurum dannet. Denne avdelingen skulle generere nye inntekter. For det andre fikk NRK.no dannet en nyhetstjeneste med oppdaterte nyheter. I følge Terje Rasmussen (2002:139) ble NRKs nettsider mer innholdsrike i løpet av 2000, da det både ble mulig å lytte til alle de ulike radiokanalene, men også mulighet for nedlasting av de siste nyheter med det såkalte nyhetshjulet. Etter denne oppgraderingen av nrk.no steg nettstedet fra 21 til 14 plass på den nasjonale rankingen (Krumsvik 2009:59).

Ettersom dot – com bølgen sprakk i 2001 måtte nettsatsingen imidlertid omstruktureres da inntektsmulighetene ble nedjustert. Omstruktureringen gikk i hovedsak ut på å integrere nettproduksjonen gjennom de andre NRK avdelingene. Videre ble originale nyhetssaker produsert for nrk.no stanset i frykt for at dette skulle gå på bekostning av ressursene de trengte i radio og fjernsynsavdelingene (Krumsvik 2009:60). I NRKs handlingsplan fra 2003 legges det frem konkrete tiltak for å styrke posisjonen til nrk.no. Det blir pekt på tiltak som revisjon av brukergrensesnitt, markedsføring av nrk.no gjennom krysspromotering i egne kanaler. Videre pekes det på fornyelse av sports og nyhetsbildet på nrk.no (*Noe for alle handlingsplan 2003*). I 2004 ble alt radio og fjernsynsinnhold produsert internt gjort tilgjengelig på nrk.no (Krumsvik 2009:60). Samme år ble også NRK nominert til gulltaggen for nett – tv løsningen

de hadde utarbeidet, en løsning for å distribuere fjernsynsinnhold gjennom nrk.no (Gulltaggen).

Til tross for den positive utviklingen til nrk.no påpeker Arne Krumsvik (2009:61) at det oppstod enkelte konflikter videre med tanke på hvordan nrk.no skulle disponeres av de forskjellige divisjonene i institusjonen og hva forsiden på nrk.no skulle preges av. Den videre suksessen for nrk.no uteble også, dette førte med seg ytterligere konflikter og mangel på samarbeid mellom de forskjellige avdelingene i NRK Samtidig opplevde nettaviser som VG og nettsatsningen til TV2 å få ledende stillinger i markedet.

Mot slutten av 2006 var likevel nrk.no den fjerde største nyhetssiden på nett i ukentlig bruk. Da hadde NRK tidligere på året flyttet nyhetsproduksjonen på nett fra radio til fjernsynsdivisjonen (Krumsvik 2009:62 – 63). NRK ønsket å ta videre steg for å forbedre nrk.no og i henhold til dokument *overordnet strategi 2007 – 2012* kommer det frem et eksplisitt mål om å etablere nrk.no til en av de tre største aktørene på nett. En bestemt merkevarestrategi som speiler NRKs samlede medietilbud i tillegg til en økt oppslutning i aldergruppen 12 – 30 år er faktorer som skulle sørge for måloppnåelsen.

Et hovedpunkt for den nye strategien var et fokus på hvordan førstesiden skulle se ut. Man skulle vektlegge innholdet og brukervennlighet på førstesiden fremfor og kline ut alt innholdet på en lite strukturert måte. Med andre ord klare prioriteringer på førstesiden. Videre skulle man utvikle flere avlastende portaler. En sentralisert nyhetsavdeling delt i to ble også nødvendig for å kunne forbedre kvaliteten online (Krumsvik 2009:65). Det ble altså også et mål å kunne produsere mer uten å måtte øke kostnadene. For NRK hadde ikke strategien med å definere nrk.no utenfor allmennkringkasteroppdraget vært spesielt heldig. De valgte derfor å omdefinere det til en del av allmennkringkasterforpliktelsene. Fra myndigheters side ble det også vektlagt at NRK skulle spille en aktiv rolle også på nettet på bakgrunn av at folk generelt brukte mer og mer tid på internett. Det ble også gitt tillatelse for NRK fra myndigheters hold og delfinansiere nettsatsingen med reklame, men den skulle være regulert (Krumsvik 2009:65-66). I mars 2010 ble det vedtatt at man ikke lenger skulle ha reklameinnslag på nrk.no (Hverven & Jasund: 24.3.2010).

Oppsummerende har NRK sin satsing på nett startet moderat og gått i bølger. Utviklingen har vært preget av usikkerhet, prøving og feiling. Et viktig element som preger utviklingen har

vært usikkerheten på hva oppgaven og formålet på nett skal være. Riktignok har nrk.no nå blitt definert under allmennkringkasteroppdraget. Likevel påpeker Hallvard Moe i sin doktoravhandling at NRK sitt formål på nett fortsatt virker noe tvetydig (Moe 2009:192-193).

6.1.1 NRKs webside

Forsiden til nrk.no er både en nettavis og inngangen til NRKs enorme underholdnings og informasjonslandskap. Her kan du raskt bli oppdatert på dagsaktuelle nyhetssaker samtidig som du kan navigere deg frem i det endeløse underholdnings – og informasjonstilbudet NRK tilbyr. Nettsidene plasseres under det vi kan karakterisere som multimedia, fordi de består av flere modus (Fagerjord 2008:17). På nrk.no er dette en viktig del av tilbudet, altså kombinasjonen av forskjellige modi (Fagerjord 2008:10). nrk.no tilbyr hele tiden en blanding av disse uttrykkene enten det være seg ren tekst, stillbilder eller det vi kjenner som levende bilder. På den måten kombinerer NRK.no i likhet med andre nettsider hele veien statiske og dynamiske modi (Fagerjord 2008:23).



Illustrasjon 6.1: Skjerm bilde av nettstedet til NRK mars 2010 (16.3.2010)

Jeg har tatt utgangspunkt i forsiden til nrk.no den 16.3.2010 klokken 1500. Grunnen til at jeg velger å påpeke klokkeslettet er fordi nrk.no på lik linje med en nettavis oppdateres kontinuerlig og at nyhetene en time senere sannsynligvis vil se annerledes ut. Man kan si at forsiden til nrk.no er todelt. På den ene siden har nettsiden en grunnleggende struktur med en meny som skal hjelpe deg å komme frem dit du vil. På den andre siden har du nyhetene som oppdateres kontinuerlig med den øverste saken på siden som kan forstås som førstesideoppslaget på det gjeldende tidspunktet og er det vi kan kalle en nettavis. Nr.no kan sies å representere det som av Martin Engebretsen (2007:187) blir karakterisert som flerbruksarenaer. Nr.no kombinerer andre aktiviteter i tillegg til det rent journalistiske. Eksempler er blogging og andre diskusjonsfora. Poenget blir at nrk.no også fremstår som en sosial møteplass. På den måten opprettholder nettsidene til NRK internets velkjente demokratiserende effekt og opprettholder nettmedienes evne til å bryte medienes elitepreg. På nrk.no er det muligheter for å blogge til de fleste artikler som blir skrevet. De tilbyr også jevnlig nettmøter for den vanlige mannen i stua, så han kan stille spørsmål eller delta i diverse

situasjoner som for eksempel at en artist stiller til nettmøte. Dialogiske medier er en annen karakteristikk på hva den demokratiserende effekten innebærer; altså større mulighet for interaksjon og en lavere terskel for å uttrykke sine meninger i ulike fora som det finnes flere av på nrk.no (Fagerjord 2008:104).

NRK.no har øverst på siden en grunnleggende menylinje som starter med valget nyheter lengst til venstre deretter kommer TV, Radio, snarveier og til slutt et søkefelt. Trykker du på et av disse valgene vil du komme videre inn i en mer spisset meny. Trykker du for eksempel på tv får du valget mellom de forskjellige fjernsynskanalerne NRK tilbyr, eventuelt finnes det også et valg som kun heter tv-programmer. Nettsidene til nrk.no gir nettopp det inntrykket strategidokumentet fra 2004 ønsket å jobbe videre med ”videreutvikle nrk.no sin nye forside til å bli en naturlig inngangsport til hele NRKs tilbud (Noe for alle alltid: handlingsplan 2004).

Under det respektive menyvalget følger deretter de aktuelle nyhetene med større eller mindre grad av aktualitet gjerne avhengig av hvor langt opp på siden de er kommet og hvilken størrelse, altså volum de tar opp på siden. På det gjeldende tidspunktet jeg har valgt å undersøke siden er det en nyhetssak som omhandler et tak ras på Frogner i Oslo sentrum hvor en ung mann har blitt alvorlig skadet. Det vises et relativt stort bilde preget av dramatikk hvor politi og ambulansepersonell er samlet i en gate mellom to bygårder i Oslo. Du har muligheten til å trykke deg inn å se en video eller lese saken grundigere. Ettersom nettaviser har en kontinuerlig oppdatering av saker betyr det at den saken som tar størst plass og er øverst på siden ikke nødvendigvis representerer den viktigste saken, men heller det at det er den siste hendelsen. På den måten skiller gjerne en nettavis seg fra en vanlig papiravis. Går vi lenger ned på siden til nrk.no vil vi se at andre saker kan oppleves som viktigere (Fagerjord 2008:165). Det er altså en kontinuerlig kombinasjon av statiske og dynamiske modi. Siden preges også i større grad av nasjonale saker enn internasjonale. På høyre side av skjermbildet er også en egen del av nrk.no sin inngangsport. Mens vi øverst har et grunnleggende menyvalg for siden og deretter påfølgende aktuelle nyhetssaker kan man si at høyre kolonne heller er en slags sammenblanding av disse to elementene. Øverst i høyre kolonne er det en snarvei til den nyeste tv underholdningen på NRK og i denne sammenheng en ny krimserie skrevet av Unni Lindell. Deretter følger en snarvei til NRK nettradio og linker til å se tv direkte over nettet. Nedover høyre kolonne presenteres vi for diverse mindre aktuelle

nyhetssaker, forskjellige innblikk i hvilke programmer som sendes på NRK og andre livsstilsartikler. Litt overfladisk sagt kan man si at høyre kolonne på nettsidene til nrk.no har et magasinpreg hvor vi både presenteres for forskjellige livsstilsartikler og det kan vi kalle for ”teasere” til forskjellige NRK program. Nettmagasiner er en sjanger som finnes på nettet og som da gjerne omhandler livsstil os..v. Flere store nettsider satser også på å ha et slikt tilbud noe som også gjelder for nrk.no (Fagerjord 2008:167 – 170).

Gjennomgående fremgår nrk.no som en brukervennlig side hvor det er relativt lite krevende å finne frem dit man ønsker enten er det er tv eller radioprogrammer. Det fremstår som tydelig at de såkalte flaggskipene skal være lette å finne frem til. Eksempelvis levnes Dagsrevyen en egen eksplisitt link når man trykker på hovednavigeringslinken for nyheter. Ønsker man å se tv direkte er det også uproblematisk med snarveien i som nevnt i høyre hjørnet. Denne brukervennligheten samsvarer med handlingsplanen for 2005 for å nå målet 1, 3 millioner unike brukere i måneden. For å nå disse målene ble det i handlingsplanen lagt vekt på brukervennlighet, men også systematisere og forbedre krysspromotering (*Handlingsplan KDIV 2005*).

Forsiden på nrk.no innehar også en reklamespalte. Den 16 mars 2010 er det plassert en Colorline reklame høyt oppe i høyre hjørne med en egenreklame for Eurovision plassert rett under. Vi vet at NRK i utgangspunktet er en lisensfinansiert medieinstitusjon og reklame da ikke er tillatt, men nrk.no har dispensasjon til enkelte kommersielle inntekter og det innebærer da reklameannonser. Det skal likevel påpekes at reklamen er relativt moderat i forhold til det vi kjenner fra andre nettaviser og ikke på langt nær fremstår som like aggressiv. Det forklares ut ifra reguleringen kulturdepartementet har ilagt dem for at de skal kunne ha reklame på nettsidene (Krumsvik 2009:66). Likevel ble det vinteren 2010 bestemt at NRK kutter ut reklame på nettsidene deres, men på bakgrunn av inngåtte kontrakter skjer det gjennom en overgangsperiode. Fra NRKs side blir det opplyst at de slutter med reklame både fordi NRKs aktiviteter på nett nå er definert under allmennkringkasteroppdraget, men også fordi de ønsker å fremstå solidariske ovenfor konkurrenter i kommersiell tøff tid (Hverven & Jasund 2010). Videre må dette ses i sammenheng med det som fremgår av teorikapittelet hvor Eirik Jacobsen (2010:1) påpeker hvordan BBC nedjusterer breddevirksomheten for å gi større rom for de kommersielle aktørene og dermed opptre klokt ovenfor myndighetene. Et lignende

strategisk valg kommer også til syne når NRK nå velger å trekke seg ut av konkurransen om annonseinntekter.

Nederst på siden finner man en programguide over dagens tv – programmer på de ulike NRK kanalene, noe som kan relateres til NRKs strategier om å drive aktiv krysspromotering. Helt nederst på siden ligger lenker til NRKs selvpresentasjon, altså utfyllende informasjon om institusjonen hvor man blant annet vil finne betydelig faktainformasjon.

6.2 BBC på nett

BBCs nettsatsing startet med flere mindre forskjellige prosjekter som aldri utviklet seg til det helt store. Det første seriøse nettprosjektet utviklet i BBC kjenner vi som BBC networking Club som også var en av de første internettprosjektene i Storbritannia. Dette prosjektet ble imidlertid lagt på is i 1996 ettersom det gikk utover det området BBC opprinnelig var satt til å drive med. Samtidig ble det av ledelsen i 1994 satt ned en gruppe til å arbeide frem en kommersiell webside, resultatet av dette ble et samarbeid mellom BBC og ICL – Fujitsu hvor navnet på siden ble beep.com. Fra BBCs side ble ikke dette finansiert av lisenspenger, men av det allerede subsidierte BBC Worldwide. Etter to år ble beep.com lagt ned på grunn av interne konflikter som skyldtes forhold om blant annet hvilket innhold siden skulle presentere. Siden kom tilbake igjen i år 2000, men igjen lagt ned i år 2002. Det ble i stedet drevet en rekke kommersielle sider fra BBC Worldwide sin side som BBC shop og andre typer kommersielle aktiviteter (Moe: 2009:195)

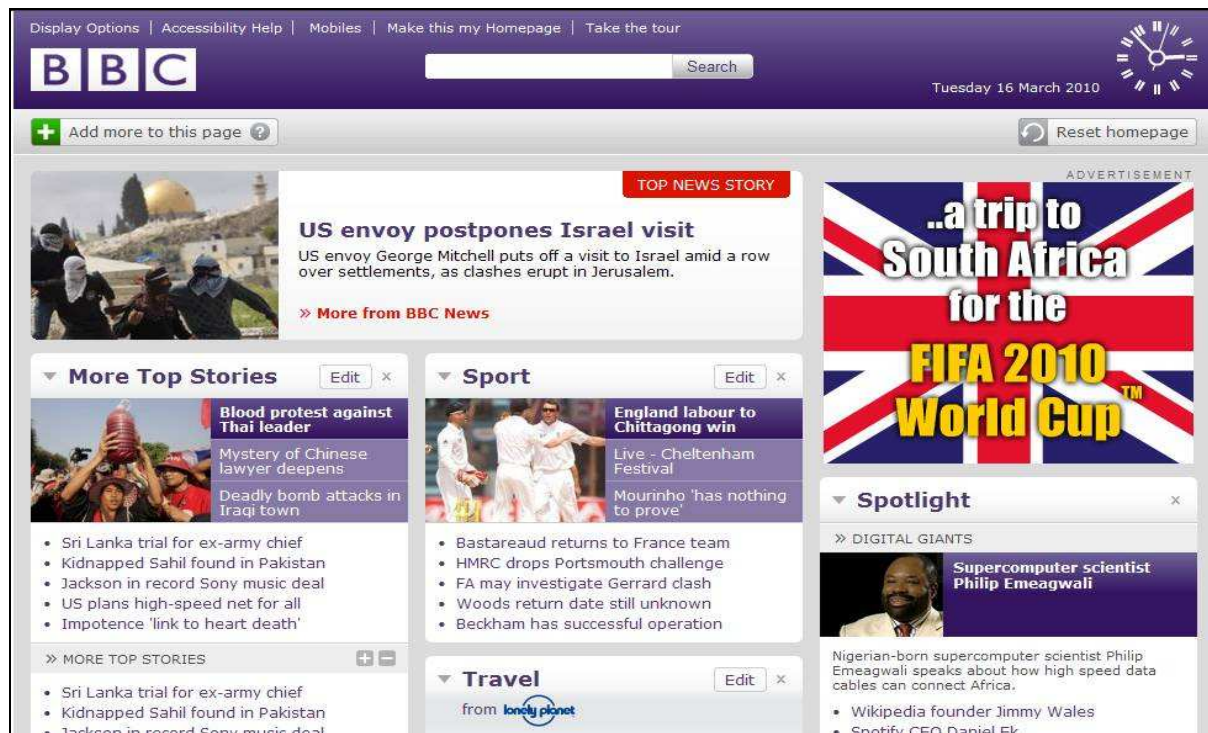
Samtidig med denne utviklingen var det klart større ambisjoner i BBC om hvordan de skulle møte en digital fremtid hvor internett selvfølgelig var et svært viktig element, ikke minst fordi det mot slutten av 1990 – tallet hadde blitt erklært som BBC sitt tredje medium. Terje Rasmussen (2002: 153) hevder BBC på sin side valgte å ikke følge rådene fra EBU om en restriktiv satsing på nett, BBC valgte i stedet å satse på web. Den daværende direktøren John Birth ytret en strategi for online tjenestene som både skulle inneholde kommersiell ekspandering og gode kringkastingsverdier. Moe peker på tre forklaringer på denne todelte strategien. For det første inneholder disse nye mediene et økonomisk potensial som kunne være med på å erverve nye inntekter til å utvikle radio og fjernsynstilbudet videre, som jo fortsatt ville være deres viktigste mediekkanaler. Videre hadde BBC gjort en forpliktelse over

seg selv om bli en global multimedia aktør. BBC så også på seg selv som den viktigste aktøren i Storbritannia for å ta kongeriket inn i det nye informasjonssamfunnet. The BBC shall be a Noahs ark in the digital world ” skal lederen av BBC ha uttalt (Moe 2009:196). Den tredje forklaringen har rett og slett med å gjøre at nettsidene har utvidet kvaliteten, dybden og rekkevidden på BBC sine tjenester overfor publikum.

På bakgrunn av disse ambisjonene ble bbc.co.uk etablert i 1997 først som pilotprosjekt, men deretter på permanent basis året etter. Websiden ekspanderte fra 1998. Det ble innlemmet flere portaler som eksempelvis ”Video Nation”, CBeebies (spill og læremateriale for barn) og radio /fjernsynsinnhold. Hjemmesiden har etter hvert etablert seg som den klart mest besøkte websiden i Storbritannia.

I 1998 ble det gjort klart av myndighetene at bbc.co.uk skal være lisensfinansiert. Hallvard Moe (2009:196) påpeker at i BBC Trusts charter review fra 2006 blir BBCs tjenester på nett omtalt som en tredje arm innenfor allmennkringkasteroppdraget. BBC.co.uk har dermed fått definert sin status som en del av allmennkringkasteroppdraget. Til tross for bbc.co.uk klargjøring innenfor BBC – systemet har de ikke vært fritatt for kritikk, det har vært pekt på problemet med at lisenspengene går til å drifte en tjeneste langt fra alle i Storbritannia har tilgang til og at disse pengene heller burde vært investert i de klassiske delene av BBC. Reklame på nettsidene til BBC har også vært gjenstand for debatt. Den tidligere direktøren Greg Dyke gikk i bresjen for å gi BBC muligheten til å reklamere på nettsidene. Det ga høylytte protester fra de som mente man burde holde noe fri for kommersielle interesser, men særlig konkurrerende nettsteder var kritiske til dette da dette ville gi bbc.co.uk voldsomme konkurransefordeler og gjøre de vanskelig for mindre webaktører å klare seg. Men du finner likevel reklame eller sponsor virksomhet på nettsidene til BBC i 2010. Dette er riktignok kun på nettsidene som har visning utenfor Storbritannia.

6.2.1 BBCs websider



Illustrasjon 6.2: Skjermbildet av det internasjonale nettstedet til BBC mars 2010 (16.03.2010)

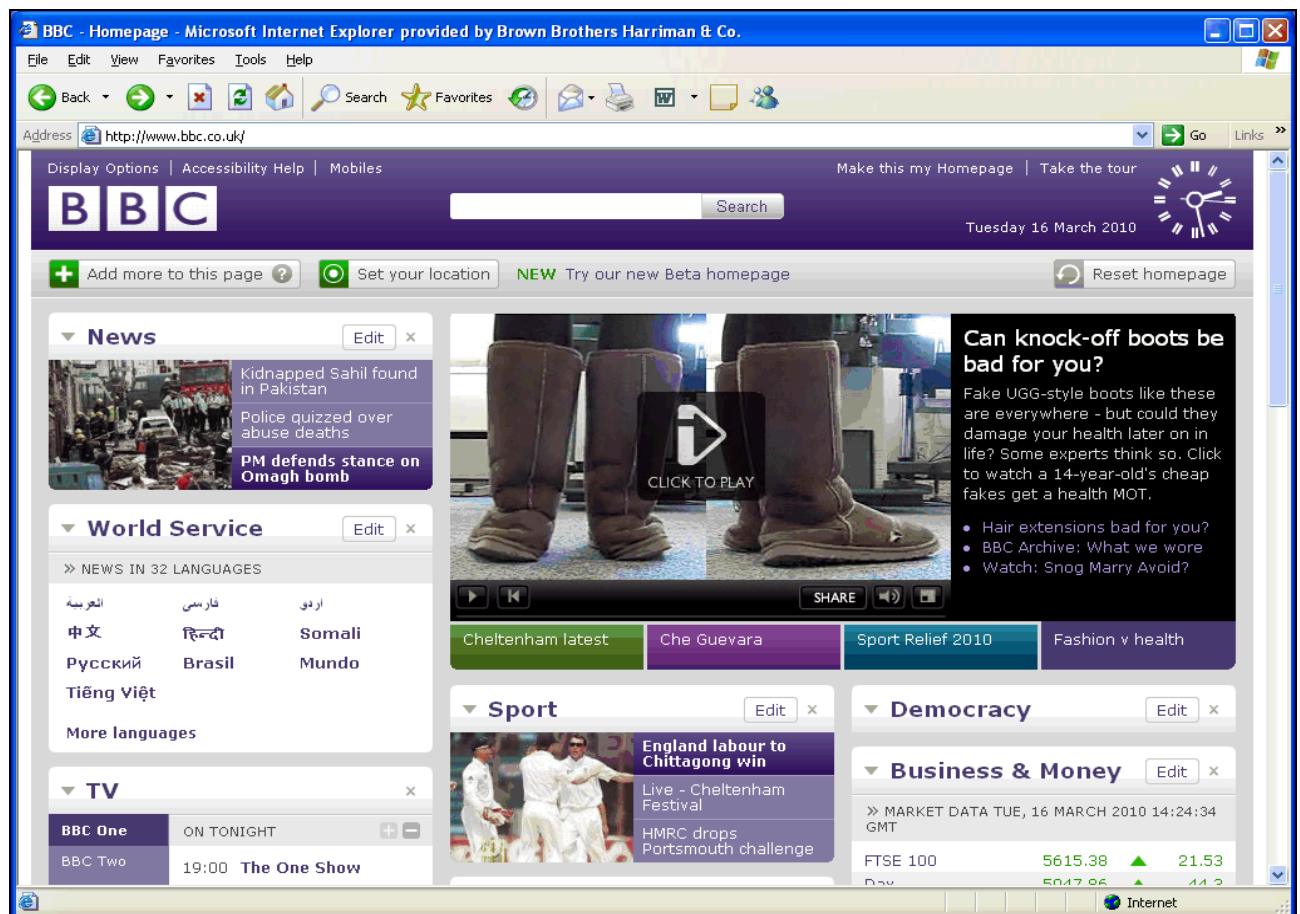
Forsiden til bbc.co.uk utenfor Storbritannia gir med en gang et internasjonalt preg. Her er det ingen nasjonale saker som preger skjermbildet, men kun saker av internasjonal karakter. BBCs hjemmeside oppleves også som relativt fragmentert med flere ulike menyvalg. Øverst på siden finner vi en meny med et søkefelt og en klokke. Denne menyen fokuserer ikke så mye på BBC som informasjons – og nyhetsleverandør, men heller på praktiske elementer ved websiden med valg som ”make this my homepage” eller ”display options”.

Under denne menyen følger en hovedsak som tar opp et relativt stort areal på skjermbildet. I dette tidsrommet er det en internasjonal sak som omhandler konflikten i Midtøsten hvor det denne gang er USAs misnøye med Israels planlagte nye bosettinger som prioriteres. Deretter følger flere andre såkalte ”top stories” men som ikke presenteres i tilsvarende rekkevidde som hovedoppslaget. Alle de neste mindre hovedsakene er også internasjonale saker. På venstre side av nyhetssakene er det et eget sportssegment hvor vi presenteres for overskriften til noen av de siste sportssakene. Her prioriteres typisk britisk sport hvor det blant er en notis om en

cricketkamp som er en sport som stort sett spilles av briter og deres tidligere kolonier. Helt til høyre langt opp på siden finner vi en bolk som kalles for ”spotlight”. Bolken handler i dag om en nigeriansk IT forsker som presenterer sitt syn på hvilken betydning internett og rask båndbredde kan ha for det afrikanske kontinent. Den såkalte spotlight bolken fremstår med et magasin eller featurepreg som varierer fra dag til dag. Videre nedover på høyreside følger et businesssegment hvor indeksen fra de største børser og kurser for de største valutaene presenteres. Klikker man seg inn vil man få en enda fyldigere oppdatering på økonomi. Under dette Business – segmentet finner vi en væroversikt med ikoner som viser været fra London de neste tre dager.

I midten og på venstre side i skjermbildet finner vi bolker som er mer direkte BBC – relatert. Blant annet kan man trykke seg inn på world service hvor du kan velge nyheter på forskjellige språk. Her kan du altså velge det språket som er mest nærliggende for deg. Videre er det et segment hvor du har muligheten å klikke deg inn på de personlige sidene til BBCs ulike fjernsynskanaler, her er valgmulighetene alt fra BBC World News til BBC Lifestyle. Nederst på siden er hovedmenyen plassert. Hovedmenyen er relativt oppstykket, uten å nevne alle kategoriene er ”news” den første etterfulgt av sport og business kategorier, midtveis finner vi en kategori som ”entertainment” og avslutningsvis finner vi de ulike radiovalgene man kan klikke seg inn på. Inkludert i hovedmenyen er det også linker som er mer rettet mot BBC som konsern og administrative forhold, det kan enten være å søke etter ledige BBC – stillinger eller andre generelle opplysninger om BBC.

BBCs nettsider kjennetegnes også med den typisk hybride formen som av Engebretsen karakteriseres som flerbruksarenaer hvor nettavis kombineres med blant annet muligheter for sosial interaksjon (Engebretsen 2007:187).



Illustrasjon 6.3: skjermbilde av BBCs nasjonale nettsted mars 2010 (16.3.2010)

BBCs nasjonale nettsider har en annen fremtoning enn nettsidene som presenteres internasjonalt. Med BBCs nasjonale nettsider refererer jeg til visningen av nettsidene som presenteres med en britisk IP – adresse. For det første ser vi av eksempelet på skjermbildet ovenfor hvordan hovedsaken på det tidspunkt jeg har tatt utgangspunkt i skiller seg fra den internasjonale visningen BBCs nettsider. Her er den største saken på det aktuelle tidspunktet en featuresak på falske Ugg boots, mens hovedsaken på den internasjonale nettsiden dreier seg om et betent forhold mellom USA og Israel. For det andre går det et annet vesentlig skille, nemlig reklamen. BBC har på den internasjonale visning av nettstedet reklame det finner man derimot ikke på visningen av de nasjonale nettsidene. En slik ulik praktisering kan forklares ut i fra regelverket BBC forholder seg til hvor det er tillatt å tjene penger internasjonalt, men ikke nasjonalt. Ellers ser man at oppsettet på siden ikke skiller seg fra hverandre i vesentlig grad. Det er heller innholdet. Avslutningsvis er det likevel også en annen betydningsfull

forskjell som ikke kommer frem av skjermbildet. Tilgangen på nett-tv internasjonalt er betydelige redusert til forskjell fra det nasjonale nettstedet og det oppleves som komplisert å manøvrere seg frem til nett – tv tjenestene.

6.3 Forskjeller og likheter ved bbc.co.uk og nrk.no

NRK og BBC representerer samme sjanger på nett som hovedsakelig innebærer det vi kjenner som nettavis, men de kan også karakteriseres som allmennkringkastere på nett. Samtidig har oppgaven vært inne på hvordan flere nettaviser har utviklet seg til å bli såkalte flerbruksarenaer fordi de tilbyr store mengder med informasjon, underholdning og en rekke andre sosiale aktiviteter (Fagerjord 2008:163). Både bbc.co.uk og nrk.no innehar denne formen. På tross av nettstedenes tilsvarende sjanger er det likevel betydelig forskjell på nrk.no og bbc.co.uk. NRKs teknologirådgiver Øyvind Solstad presenterer en tydelig forskjell: ”BBC har en litt annen tankegang når det gjelder visningen av nettsidene, de ønsker en mye cleanere og enklere visning” (Solstad 26.3.2010). Videre hevder Øyvind Solstad at BBC jobber etter en plan om en mer minimalistisk nettside enn nrk.no. Dette inntrykket bekreftes også med et raskt overblikk. Likevel er det andre hovedforskjeller som kommer sterkere til syne (Solstad 26.3.2010).

NRK sine nedskrevne oppgaver på internett var lenge uklare, mens BBC sine oppgaver ble tidligere definert av BBC trust og myndighetene. I 2010 har derimot NRKs nettsider klart definerte oppgaver (*Vedtekter for Norsk rikskringkasting AS 2009*). Tidligere i oppgaven ble det beskrevet hvordan BBC valgte en offensiv satsing på nett – tjeneseter til tross for råd fra EBU (Rasmussen 2002:153) Gunnar Høidahl beskriver også en situasjon hvor NRK kom senere i gang med enn velutviklet strategi for nettsatsingen enn tilfellet var med BBC:

De var vel tidlig ute med nettsatsingen og vi var nok relativt sent ute. Det tok tid for oss å komme i gang med det. Vi søkte hvert fall råd og inspirasjon hos dem (Høidahl:20.06.2010).

Til tross for at begge tok i bruk internett på relativt tilsvarende tidspunkt, tok det lengre tid for NRK å komme i gang med nettbaserte nyheter. Med andre ord er det nok først og fremst det Gunnar Høidahl peker på når han henviser til BBC som en inspirasjon for NRK.no.

BBC var tidligere ute med å profesjonalisere satsingen på nett med blant annet online nyheter i forhold til NRK. Likevel fremstår ikke bbc.co.uk som en mer gjennomført nettside enn nrk.no i 2010, når det gjelder design eller brukervennlighet. Derimot gir bbc.co.uk sin forside et langt mer internasjonalt preg og det er tydelig forskjell på hva som prioriteres og skal vektlegges på forsiden. Nyhetssakene på nrk.no preges av flere nasjonale saker, mens bbc.co.uk har et langt mer internasjonalt preg, men så er det også slik at forsiden til BBC.co.uk ikke direkte er en nyhetsportal, men kun presenterer noen av de største sakene. Det internasjonale preget som i større grad skapes på BBC sine nettsider er delvis selvforklarende når man kjenner konseptet til BBC som medieinstitusjon ettersom dens historie med en ren britisk målgruppe begrenser seg til noen få tiår. Derimot er det slik at BBC er blitt en global mediebedrift som sendes over store deler av verden med både nisjekanaler for spesielle temaer og egne land. Dette kommer også til synet på forsiden da man blant de mange segmentene har muligheten til å navigere seg inn på den respektive fjernsynskanalens nettside.

BBC.co.uk har gjenopptatt det som av Anders Fagerjord (2008:129) beskrives som en tidlig 1990 – tallstrend, hvor mange nettsider la opp til at du skulle kunne personalisere nettsidene du brukte (Fagerjord 2008:129). I 2008 gjenopptok BBC.co.uk denne trenden bare i en mer velutviklet form. Poenget er at brukeren av nettsiden kan lage moduler og organisere siden etter hva som passer personen best (Johansen:4.8.2010). I et intervju med en teknologirådgiver i NRK kommer det frem at nrk.no ikke har fått til tilsvarende, men heller ikke har vurdert å gjøre det. (Solstad: 26.3.2010). Begrunnelsen for dette forklares ut i fra at NRK har en annen tankegang for nettsidene sine og ikke føler de er avhengig av såkalt personalisering av nettsiden for å skape en god brukeropplevelse. Dette vil igjen ha referanser til at nrk.no spisser seg mot en mer homogen befolkning med et mer nasjonalt tilsnitt.

Det foreligger også en direkte distinksjon mellom BBCs internasjonale og nasjonale nettsider. BBC.co.uk har verden som mål og må derfor operere med nettsider tilrettelagt for et internasjonalt publikum. Forskjellen begrenses likevel til en varians i innholdet og rettigheter.

Selv om det eksisterer et synlig skille på nettsidene internasjonalt og nasjonalt forandrer ikke dette det overhengende og generelle bildet på BBCs nettsider som mer internasjonalt tilrettelagt. Imidlertid vil også NRK inneha en ulik type visning av nettsidene i utlandet på tross av at nrk.no hovedsakelig har en nasjonal målgruppe enn det tilfelle er med en norsk IP – adresse.

Vi har annen type visning av innhold i utlandet på grunn av mangel på rettigheter. Mye av det som ligger på vår nett - tv kan du ikke se hvis du er på en utenlandsk IP – adresse” (Solstad: 26.3.2010).

Ved intervju med teknologirådgiver i NRK Øyvind Solstad hevder han at det også er forskjeller på NRK sine nasjonale nettsider og visningene av nettsidene på en utenlandsk IP – adresse. Dette er ikke en bestemt strategi, men begrunnes i rettighetsproblematikk. Variansen mellom visningen av nettstedene begrenses simpelthen til at enkelte innkjøpte programmer ikke ligger ute for nedlasting eller streaming i utlandet.

Tilgangen til nett – tv er enklere og kommer mer eksplisitt til syne på nrk.no enn det som er tilfelle på bbc.uk.co. På nrk.no navigerer brukeren seg lett frem til der sendingen eller programmet ”streames”. De fleste programmene er lett tilgjengelige. På bbc.co.uk blir det noe mer komplisert å navigere seg frem. I tillegg kreves det at brukeren laster ned Iplayer for å kunne se på nett-tv. Webradioen fremstår derimot like tilgjengelig som på nrk.no.

Forklaringen på hvorfor det er krevende å få sett nett – tv gjennom bbc.co.uk har et årsaksforhold med distinksjonen mellom de internasjonale og de nasjonale visningene av nettstedene. Samtidig har det referanser til de restriksjoner som foreligger på visningen av nettstedene med utenlandsk IP – adresse (BBC Iplayer: 22.2.11).

Til tross for at nett – tv løsningen til nrk.no er lett tilgjengelig er konseptet i 2010 ikke bærekraftig på samme måte som i 2004 da NRK var nominert til pris for institusjonens nett – tv konsept. Teknologirådgiver Øyvind Solstad hevder NRKs løsning for nett – tv i 2010 er i ferd med å bli utdatert.

Nett – tv løsningen vår er ikke bra nok. Den er gammeldags, og vi har kjørt oss inn i et hjørne som vi maler oss ut av. Det er et tverrdivisjonsprosjekt som jobber med å lage en ny nett – tv løsning i NRK nå (Solstad 26.3.2010).

Når det gjelder Nett – tv ligger altså NRK bak BBC i utviklingen, men planen er å presentere et nytt produkt i løpet av 2011. NRKs Nett – tv – løsningen er med andre ord ikke på det nivået de ønsker å være. I følge Øyvind Solstad fremstår BBCs mediespillerkonsept Iplayer i motsetning til NRKs konsept som en fremtidsrettet og bedre utviklet teknologi:

BBCs Iplayer er et kjempebra konsept, vi har sett masse på den løsningen. Det er hele tankegangen i bunn som er imponerende. Alle filene ligger et sted så kan du pushe de ut til forskjellige plattformer (Solstad 26.3.2006).

BBCs Iplayer er en innovativ løsning når det gjelder nett-tv spesielt på grunn av måten den er lagt opp til å være en applikasjon for bruk på ulike plattformer (BBC Iplayer:22.2.2011).

NRK prøvde å få til samarbeid eller kjøpe deres løsning, men på bakgrunn BBCs kommersielle begrensninger med BBC trust som observatør gikk ikke det i orden. Det bekreftes dermed at BBCs Iplayer er en viktig inspirator når NRK oppgraderer deres Nett – tv – løsning (Solstad:26.3.2010).

Anders Fagerjord (2008:35) hevder at ”nettsteder har et lite lerret, men stor dybde”. Han antyder at skjermbilde i seg selv ikke gir så mye informasjon, men til gjengjeld har ofte nettsteder en større dybde hvor man kan grave seg stadig dypere. BBC.co.uk og nrk.no

gjenspeiler denne beskrivelsen. Likevel blir det en differanse hvor bbc.co.uk har en dybde vesentlig større enn nrk.no. BBC.co.uk som inngangsport til internasjonale tjenester med titalls fjernsyns – og – radiokanaler tilsynegjør denne differansen.

Selv om jeg nå har pekt på en del klare ulikheter mellom de respektive nettsidene er det likevel en form for samme grunnleggende struktur på forsiden som er inngangsporten til det samlede tilbudet de to allmennkringkasterne har å tilby. Begge nettsidene ønsker å fremstå som seriøse og belyse viktige nyhetssaker samtidig som det er mulig å oppsøke underholdning og annen informasjon. Således fremstår begge nettsidene som sentrum i deres aktiviteter hvor man har muligheten å gjøre til kjenne alt av det de to medieinstitusjonene kan tilby. Oppsummerende kan hovedforskjellen som kommer til synet av forsiden til de to nettstedene forklares med de enorme forskjellene i størrelse og nedslagsfelt. Der hvor NRK har et norsk publikum som målgruppe skal BBC opprettholde en målsetning som et globalt medieimperium.

6.4 Videreføringer av internett

Utover datamaskinen har utviklingen gått i retning av å ta i bruk flere terminaler for mottak av innhold. I den forbindelse har mobiltelefonen etablert seg som en helt sentral plattform for innhold. NRK var tidlig ute med å se behovet for å etablere seg også på denne plattformen. I følge dokumentet *distribusjonsstrategi 2006 – 2010* påpekes det at mobiltelefonen er i ferd med å bli en viktig plattform for leveranse av informasjon og underholdning, og videre at NRK er nødt til etablere seg med sitt allmennkringkastingstilbud på en slik plattform (*NRK distribusjonsstrategi 2006 – 2010:2*). Det innebærer å være tilgjengelig med klassisk internett – innhold, men også kringkaste fjernsyn og radioinnhold over mobilnettet. I en analyse av Vilde Sundet kommer det frem at ”NRK var en av de første kringkasterne i Europa til å sanntidsoverføre hele tv-sendinger over mobilnettet” (Sundet 2008:283). Til tross for dette uttrykker teknologirådgiveren i NRK at de har større potensial:

Jeg synes vi ikke har noe grunn til å være stolte av det. VG og andre konkurrenter gjør det bedre enn oss på mobil, vi skal få til en mye bedre visning av forsiden vår på iphone og smart mobiler (Solstad 26.3.2010)

Sitatet til Øyvind Solstad går inn en større sammenheng hvor det kommer til uttrykk store ambisjoner for institusjonens vegne når det kommer til den digitale satsingen. NRK ønsker å sammenligne seg med VG som ligger langt fremme teknologisk. Likevel har NRK fått en pionerstatus på mobil som spesielt skrives tilbake til den tidlige kringkastingen av fjernsynssendinger på mobilplattformen. Satsingen på mobilplattformen samstemmer på et overordnet nivå med deres mål om å være det digitale mediehus og deres fokus på å være ”tilstede med innhold der folk er i dag og der de kommer til å være i morgen”(Overordnet strategi 2007 – 2012). På detaljnivå er derimot mobilsatsningen spesielt rettet mot ungdom på grunn av frykten for å miste unge seere. Dette henger sammen med behovet for å legitimere seg inn i fremtiden på bakgrunn av gunstige allmennkringkasterprivilegier (Sundet 2007).

På samme måte har BBC blitt vel etablert på mobilplattformen i 2011 med internasjonale applikasjoner for både Apple – telefoner og andre merker. De har et mangfoldig tilbud på mobilen med ulike tilpassede tilbud. Blant annet kan BBCs mediespiller Iplayer lastes ned som applikasjon til mobiltelefonen (BBC Mobile:18.1.2011). NRK og BBC har samarbeidet om utviklingen av strategier for innholdstjenester på mobil og har begge befestet seg på mobilplattformen i 2011.

7. Avslutning

I innledningen av dette forskningsprosjektet la jeg frem en problemstilling som jeg ønsket å finne svar på. Målet var å kunne avgjøre i hvilken grad BBC har hatt en historisk innflytelse i NRK og hvorvidt dette har endret seg med de sterke utviklingstrekkene, digitalisering og konvergens, som har vært fremtredende siden midten av 1990 – tallet. Jeg skal i denne avslutningen oppsummere hovedpoengene og trekke konklusjoner som tydeliggjør hvordan oppgaven har besvart problemstillingen. Videre skal jeg peke på forslag til videre forskning som kan være interessant for fremtiden.

Ifølge Trine Syvertsen kan det generelle allmennkringkasteroppdraget beskrives som å informere, utdanne og underholde (Syvertsen 1999:9) Vi ser av analysen at både BBC og NRK i så måte etterstreber de samme målsettingene for deres kringkastingsvirksomhet med et demokratisk og informativt ideal. NRK og BBC består derfor også av det samme ideologiske og organisatoriske fundamentet som lisensfinansierte statseide selskaper. Begge deler de en solid og sterk posisjon i hjemmemarkedene. Ingen av institusjonene kan lenger distansere seg fra markedskreftene, men slik teorikapittelet viste oss har de endret seg fra monopoler til institusjoner orientert mot markedslogikk og kommersielle strategier i 2010 (Syvertsen 1997:13) Innovative løsninger og nyskapning er dermed blitt viktige faktorer for begge institusjoner, spesielt på grunn av en stadig mer tilspisset konkurranse. Av analysen kommer det videre frem at BBC og NRK deler mange felles utviklingstrekk, hvor flere tilsvarende strategiske og ideologiske valg er gjort, som blant annet omfatter ekspansiv etablering på nye plattformer

7.1 Historiske relasjoner

Som det historiske analysekapittelet viste var NRK gjennom en lengre periode på flere tiår betydelig senere i utviklingen enn det tilfellet var med BBC. Helhetlig var det et bilde av to virksomheter på totalt motsatte sider av skalaen. Et overordnet mål og hovedproblemstillingen med oppgaven min har nettopp vært å avgjøre hvorvidt det har pågått en historisk påvirkning fra BBC på NRK.

Ved å gjennomføre et intervju med en historisk kilde og innhenting av annen informasjon har det vist seg mulig å avdekke så sterke indikasjoner at man kan plassere BBC som et viktig referansepunkt for NRK når det gjelder rådgiving og inspirator, men også som betydelig kilde til programinnhold. Gjennom å analysere medieutviklingen for de to kringkastingsinstitusjonene komparativt, kommer det frem et NRK, som gjennom flere tiår brukte betydelig lenger tid på å gjennomføre teknologiske og organisasjonsmessige omveltninger tilsvarende BBC. Både etableringen av fjernsyn og fargefjernsyn tok betydelig lenger tid for NRK. En slik tilstand kan forklares ved å vise til de nasjonale ulikhetene teorikapittelet diskuterer. I motsetning til Norge var Storbritannia lenge en stormakt og foregangsland i verden både med den industrielle revolusjon, men også et kulturelt midtpunkt. (SNL,redaksjonen:2011).

BBC fremstår også i sin helhet som en av de mest betydningsfulle kildene for innhenting av programinnhold. Denne tendensen viser seg spesielt med innføringen av fjernsyn i Norge. Vi har allerede fått påvist hvordan NRKs forløper tidlig på 1920 – tallet hentet et av de første radiohørespillene fra BBC. Dette har etter hvert befestet seg som en mer kontinuerlig trend for NRK. Både når det gjelder underholdning og faktaprogram finnes det flere eksempler på BBC – programmer som sendes gjennom NRK plattformen i 2011. NRKs sterke historiske relasjon til BBC når det gjelder programinnhold kan for det første forklares med de ulike sidene av BBCs virksomhet som analysen peker på. BBC har bygget opp en kommersiell satsing med en målsetting om å omsette underholdningsproduksjon og andre programformater globalt. BBC produserer derfor programinnhold planlagt for salg utenfor sine egne landegrenser. Norge og NRK er naturlig mål for salg da mye av underholdningen til BBC gjenspeiler flere av NRKs verdier, men også mindre språklige og kulturelle barrierer gjør britisk underholdning godt mottatt i Norge. I tillegg viser analysen hvordan forholdet til BBC ble forsterket under andre verdenskrig og hvordan den norske befolkning stolte på BBC mer enn noen andre nasjoner (Furre1999:160).

NRK veteranen Gunnar Høidahl med bred journalist, redaktør og ledelseserfaring plasserer BBC som en av de viktigste inspirasjonskildene for hans utførelse av jobben i NRK. Gunnar Høidahl representerer kun en kilde, men med hans brede og lange erfaring gir han et eksplisitt inntrykk av at det var mye kunnskap å hente fra BBC i måten de drev nyhetsformidling, men

også hvordan de jobbet generelt. Han bekrefter studieturene til Storbritannia som det mest sentrale stedet for NRK å tilegne seg kunnskap.

Et hovedfunn i oppgaven er dermed at det konstateres sterke historiske relasjoner i NRK til BBC på flere områder, men på en generell basis i utførelsen av kringkastingsvirksomhet både med innholdsproduksjon av nyheter og underholdning, men også organisatorisk og teknologisk.

7.2 Fra ensidig til gjensidig påvirkning

BBCs forsprang i forhold til NRK har med tiden gradvis snevret seg inn. Perioden hvor BBC fremstod som teknologisk og innovasjonsmessig overlegen er ikke lenger like åpenbar. Med andre ord har denne tilstanden endret seg. Evnen til å nyttegjøre seg av ny teknologi er et punkt hvor denne endrede situasjonen kommer til syne av analysen. Der BBC var flere tiår i front med utviklingen og bruken av fjernsynet var tidsmarginen ved etableringen av medieinstitusjonenes nettsteder marginal. Likevel peker Gunnar Høidahl på BBC som en viktig rådgiver i oppbyggingen av nettet som nyhetsplattform for NRK (Høidahl:20.6.2010).

Analysen viser at det i større grad er proporsjonale forhold mellom BBC og NRK når det gjelder implementering og bruk av ny teknologi enn den situasjonen som befestet seg fra etableringen av institusjonen og frem til 1990 – tallet. For det første markerer de to intervjuobjektene et skille i seg selv. Gjennomføringen av dybdeintervjuene med Gunnar Høidahl og Øyvind Solstad gir et klart inntrykk av et ulikt syn på betydningen av BBC i NRK. Der hvor pensjonisten Gunnar Høidahl eksplisitt uttrykker en sterk kobling mellom de to institusjonene representerer den yngre NRK – teknologirådgiveren Øyvind Solstad et mer distansert forhold til BBC og nevner aldri dem eksplisitt som en viktig faktor til inspirasjon for teknologiavdelingen i NRK. Dette gir i seg selv en isolert indikasjon på en endret situasjon.

For det andre kommer en tilsvarende situasjon til uttrykk når det gjelder status på utviklingen av en digital radiodistribusjon for NRK og BBC. De er begge sterke pådrivere for overgang til en digital distribusjon og har begge klart å oppnå en tilsvarende dekningsgrad i de to nasjonene. BBCs DAB dekning ligger mellom 85 – 90 %, men man anslår at NRK er noe over 80 % (St.meld. nr 8 2010 – 2011). Samtidig blir de begge ansett som pionerer på DAB

radioutviklingen. Storbritannia var tidligst i gang med utbyggingen av sendernet, men NRK var til gjengjeld de første med en fulldigital radiostasjon. I teorien kommer det frem hvordan Norges geografiske forhold er vesentlig mer kompliserte enn i Storbritannia (Bull.et.al 2004:547). Det er derfor mer utfordrende for NRK å oppnå samme dekningsgrad. NRK skruer av sine FM sendinger i 2017, mens regjeringen i Storbritannia har lansert 2015 som et mulig årstall hvor BBC kan skru av sine analoge sendinger. Der det ligger en konkret handlingsplan på plass for avviklingen av NRKs analoge sendinger i 2017 medfører 2015 kun et forslag fra de britiske myndighetenes side (Kulturdepartementet Storbritannia: 8.7.2010).

For det tredje gir heller ikke utbyggingen og overføringen til heldigital fjernsyns distribusjon BBC noen overlegen rolle i forhold til NRK. Riktignok var NRK og Norge senere i gang med utbyggingen av det digitale bakkenettet enn tilfellet var for Storbritannia. Der var det digitale distribusjonsnettet i stor grad bygget ut når NRK gjennom NTV begynte prosessen. Likevel ble de analoge fjernsynssendingene i NRK slukket i 2009, mens BBC ikke har slukkedato før 2012. Sett i betraktning av det tidsmessige perspektivet har altså NRK klart å gjennomføre en mer vellykket prosess med digitaliseringen av fjernsynsmediet.

Prosessene med digitaliseringen av tidligere analoge medier viser at felles for både BBC og NRK er hvordan de begge plasserer seg i en situasjon i sine respektive stater hvor de både ønsker å være, men også er pådrivere for en overføring til en ny digital mediestruktur. De har begge fremstått som instrumenter for myndighetene i det som har vært, men som også kan karakteriseres som en pågående prosess.

Konvergensbegrepet blir i teorikapittelet definert ”til en prosess der alle former for innhold kan formidles gjennom alle former for overføringsmedier” (Syvertsen 2001:10). Det er den teknologiske utviklingen som er forutsetningen for konvergens. Det teknologiske aspektet ved konvergens innebærer at tidligere ulike teknologier samles om de samme tekniske prinsipper. I forlengelsen oppstår også distribusjonskonvergens som medfører at tidligere adskilte uttrykk kan sendes gjennom samme distribusjonsnettverk (Jensen: 2000:27). Analysen viser at både BBC og NRK er sterkt knyttet til en slik medieutvikling hvor de som store og omfattende innholdsprodusenter benytter seg av stordriftfordelene dette gir ved å distribuere ut innhold på flere plattformer. Et illustrerende eksempel er hvordan BBC med Iplayer har utviklet det som blir ansett som en meget velfungerende nett-tv – løsning og mediespiller, men som også

fungerer som en applikasjon for Samsung fjernsynsapparater og flere typer mobiltelefoner. Med andre er det en applikasjon som tilgjengeliggjør BBCs innhold uavhengig av plattform. Teknologirådgiver i NRK Øyvind Solstad fremstiller Iplayer som en løsning NRK hadde stor interesse av ettersom de jobber med utviklingen av en mer bærekraftig nett – tv – løsning i NRK. På bakgrunn av begrensningene BBC Trust setter for BBCs kommersielle aktiviteter ønsket de ikke å videreformidle teknologien til NRK.

NRK som en av de første aktørene til å etablere seg på mobiltelefonen ved blant annet å kringkaste fjernsyn over mobilplattformen som en av de første i verden, har de også vært opptatt av tilgjengeliggjøre innholdet sitt med en form for plattformuavhengighet. Mobiltelefonen som beskrives som en smeltedigel hvor nesten alle medier er, tilgjengelige er altså et område NRK har benyttet store ressurser for å raskt etablere seg. Det er ikke bare eksternt NRK knytter seg til utviklingstrekket konvergens, men også internt. I NRK benytter de ”Programbank” til å samle divisjonene under et felles produksjonsnettverk. ”Programbank” refererer altså til et filbasert nettverk som skal sammensmelte alle divisjonene i NRK. Det er imidlertid noen unntak som fortsatt ikke tar del i sammensmeltingen av verdikjeden. Det begrenser seg til enkelte deler av produksjonen i fjernsynsavdelingen. Med et slikt digitaliseringsverktøy blir NRK ansett som en pioner hvor BBC nevnes som en aktør med stor interesse for teknologien verktøyet ”Programbank” representerer.

Vi ser altså en endring til et mer gjensidig påvirkningsforhold til forskjell fra det som kan betegnes som et uproporsjonalt forhold før NRK begynte å etablere seg som en mer fremtidsrettet allmennkringkaster på 1990 – tallet.

7.3 Endrede samfunnsforhold som forklaringsmodell

Det jeg karakteriserer som endring til et mer proporsjonalt påvirknings – og utviklingsforhold mellom BBC og NRK kan begrunnes i overordnede samfunnsforhold. Norge som nasjon har endret seg fra en stat preget av middelmådig velstand til å være et av de mest avanserte samfunn og økonomisk utviklede land i verden (Furre1999:559 - 565). Nasjonen preges av et høyt forbruksmønster, høye inntekter i tillegg til en informasjonssøkende befolkning. Sammenligningen av de to nasjonene i teorikapittelet viste at Norge både har et høyere gjennomsnittlig målt BNP og den høyeste bredbåndstilgangen i Europa (Eurostat: 2011).

En slik situasjon vil også prege et av landets mest historiske og betydningsfulle virksomheter. For det første har NRK en stabil finansieringsmodell og en finansiell situasjon som i stor grad vil gjenspeile nasjonen i sin helhet. For det andre kommer det frem av teorien at Norge gjennomsnittelig har en av de høyest utdannede befolkningene i Europa som igjen generer muligheten for NRK til å velge høyt kvalifiserte medarbeidere (SSB utdanning:2011). For det tredje er Skandinavia en region med stort fokus på digitalteknologi gjennom store bedrifter som blant annet Nokia og Ericsson. Skandinavia tilhører altså en av de regionene i verden med den desidert høyeste bruken og tilgangen på digital teknologi (Furre 1999:463).

Et slikt forbruksmønster gir grobunn for en økende betydning av å være raskt ute med etablering på nye plattformer og implementering av ny teknologi. Et tosidig forhold kommer til syne hvor det er viktig for aktører som NRK å være tidligere ute enn konkurrenter med ny teknologi ettersom norske forbrukere både er villig til og raskt benytte ny teknologi, men også etterspør nyskapning og forbedrede teknologiske muligheter. Samspillet gjør at NRK med sin stabile finansiering både er avhengig, men også ønsker å opptre innovativt.

Situasjonen gjenspeiler også forholdet mellom BBC og NRKs roller i sine respektive stater. Et forbruksmønster hvor tendensen er at Norge ligger i verdenstoppen og høyere opp på statistikken enn Storbritannia når det gjelder å raskt ta i bruk ny teknologi kan være med på å gi myndighetene og NRK legitimitet til å presse igjennom slike teknologiske overganger raskere enn i Storbritannia. Et eksempel som da utkrystalliserer seg er slukkingen av den analoge fjernsynsdistribusjonen i Norge.

I teorikapittelet diskuteres det også hvordan digital teknologi gir større muligheter for effektivisering og et mindre ressursbehov (Jensen 2000:24).. Overføring og bearbeiding av programmateriale slik som NRKs "Programbank" legger til rette for, er eksempler på hvordan produksjon og distribusjon kan gå langt raskere og enklere på grunn av den digitale teknologien. Dette underbygges også gjennom tidligere NRK journalist Gunnar Høidahls forestilling av de teknologiske forandringene i NRK: "Det er nesten ikke mulig å beskrive, det er som steinalder og atomalder. Det fantes verken data eller mobiltelefoner da jeg begynte i NRK. Alle former for kommunikasjon er revolusjonert"(Høidahl:20.6.2010). Man ser at ny teknologi gjør det mulig med mindre ressurser for å generere programinnhold og formidle nyhetsbildet. På den måten kan de store skillene mellom aktører med ulikt ressursgrunnlag bli

mindre synlige. Poenget blir altså at virksomheter som NRK har muligheten til å bli en bedre nyhetsformidler og distributør med mindre ressurser, enn det forholdene la til rette for før digital teknologi.

Konkurranse kan også føre til en mentalitetsendring og større fokus på hvordan man kan være bedre enn konkurrentene. I teorikapittelet vises det til hvordan en monopolists orientering går mer mot produksjon og hva medarbeiderne tror er viktig, mens prioriteringen er mer fokusert på publikum i en konkurransesituasjon (Syvertsen 1997:13). NRK som institusjon fikk utøve sin virksomhet isolert fra et slikt fokus i langt flere år enn BBC som i større grad måtte være skjerpet og hele tiden fokusere på hvordan de kunne bli bedre. Konkurransesituasjonen førte til en omstilling i BBC systemet allerede i 1955 (Crisell 1997:84). NRK var isolert fra en slik tilstand helt frem til 1980, men den virkelige konkurransen på breddesiden kom først i 1992.

NRKs lengre tid uten noen form for konkurranse som utfordret dem står også derfor som en årsaksforklaring på hvorfor 1990 – tallet kan stadfestes som en tid hvor NRK virkelig begynner å etablere seg som et mer fremtidsrettet mediehus.

7.4 veien videre

Denne oppgaven har hatt som hensikt å supplere den forskningen som allerede er gjort på kringkastingsvirksomhet med fokus på relasjonen mellom BBC og NRK. For det første har det vært en kartlegging av hvor en av Norges mest sentrale institusjoner har hentet sin inspirasjon fra og for det andre hvordan NRK har klart å endre seg fra en bakstreversk rolle i Europa til å inneha en rolle i front som allmennkringkastingsinstitusjon. Oppgaven har belyst noen viktige utviklingstrekk for hvordan NRK har fått endret status. NRKs historiske tendens til å rette blikket mot BBC for inspirasjon vil fortsette så lenge BBC opprettholder deres store produksjon av programinnhold, da dette er viktig kilde for NRKs programimport. Hvordan BBC opptre og posisjonerer seg i det stadig mer konkurranseutsatte mediemarkedet vil også ha betydning for NRKs valg om å se mot BBC for råd. Likevel viser analysen at den britiske kringkasterens betydning i NRK sett i forhold til den fruktbare tiden etter andre verdenskrig, gradvis er svekket.

Som videre forskning vil jeg foreslå å ta for seg flere allmennkringkastere i Europa og undersøkt om BBCs sterke posisjon som referansepunkt er i endring. En annen interessant

studie vil være å studere NRKs stilling i BBC – systemet, altså undersøke hvordan BBC ser på NRK i en historisk sammenheng, men også hva inntrykket er av NRK i 2011. Oppleves NRK som en fremtidsrettet og velutviklet institusjon og hvilken betydning historisk betydning tillegges NRK.

Litteratur

Aagesen Ragnhild (2007) *NRK – allmennkringkaster på DAB*. Masteroppgave: Universitet i Oslo

Anderson, Benedict (2006) *Imagined communities*. London: Verso forlag

Bower, Robert T (1973) *Television and the public*. New York:

Bruhn Jensen (2002) *A Handbook of media and communication research: qualitative and quantitative methodologies*. London: Routledge

Crisell, Andrew (1997) *An introductory history of British broadcasting*. London: Routledge

Crisell, Andrew (2002) *An introductory history of british broadcasting*. London: Routledge

Cinzia Dal Zotto & Hans van Kranenburg (2008) *management and innovation in the media industry*, Edward Elgar publishing limited.

Collier, David (1993). *The Comparative Approach* in Finifter, Ada W. (ed) *Political Science: The State of the Discipline II*, Washington: American Political Science Association.

Christensen, Clayton M (1997) *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Boston: Harvard business school press

Dahl, Hans Fredrik (1999) *Hallo - hallo! Kringkasting i Norge 1920-1940*. Oslo: Cappelen.

Dahl, Hans Fredrik (1999) *Dette er London. NRK i krig 1940 – 1945*. Oslo: Cappelen

Dahl, Hans Fredrik & Henrik G. Bastiansen (1999) *Over til Oslo. NRK som monopol 1945-1981*. Oslo: Cappelen.

Dahl, Hans Fredrik & Henrik G. Bastiansen (2008) *Norsk mediehistorie*. Oslo: Universitetsforlaget

Dahl, Hans Fredrik (2004) *Mediehistorie: historisk metode i mediefaget*. Oslo: Damm

Enli, Gunn.et.al (2010) *Tv: en innføring*. Oslo: Universitetsforlaget

Fagerjord, Anders (2008) *web-medier. Introduksjon til sjangre og uttryksformer på nettet*. Oslo: Universitetsforlaget.

Fagerjord Anders og Tanja Storsul (2007) *Questioning convergence: I ambivalence towards convergence. Digitalization and media change*. S 19 – 31. Redigert av Tanja Storsul og Dagny Stuedahl. Gæteborg: Nordicom

Feintuck, Mike & Varney Mike (2006) *Media regulation, public interest and the law*. Edinburgh: Edinburgh university press

Feldman, Tony (1997): *An introduction to digital media*, Routledge.

Freedman, Des (2008) *The politics of media policy*. Cambridge: polity press

Freundt, John P. (1983) *Explanation of Variation and Detection of Covariation: The Purpose and Logic of Comparative Analysis*. Comparative Political Studies (vol.2, 255-272).

Furre, Berge (1999) *Norsk historie 1914-2000: industrisamfunnet - frå vokstervisse til framtidstvil*. Gjøvik: Det Norske samlaget

Halse, Ketil Jarl & Østbye, Helge (2003) *Norsk kringkastingshistorie*. Oslo: Samlaget

Hesmondhalgh, David (2007) *cultural industries*: Sage publications

Jacobsen, Erik (2010) *Hva skjer i BBC*. Artikkel publisert på NRKs intranett: Tilsendt pr e-post 6.7.2010

Jensen, Jens F (2000) *Multimedier hypermedier interaktive medier*: Aalborg: universitetsforlag

Kampmann, Walther Bo (2005) *Konvergens og nye medier*. Århus akademika

Krumsvik H Arne (2009) *The online news factory*. Doktoravhandling (phd) Universitetet I Oslo.

Kranenburg, Hans Van & Dal Zotto Cinzia (2008) *Management and innovation in the media industry*. Celtenham: Edward Elgar

Kvale, Steinar (1997) *Det kvalitative forskningsintervju*. Oslo: Gyldendal

Lijphart, Arend (1971).Comparative Politics and the Comparative Method. *The American Political Science Review* 682-693.

Moe, Hallvard (2008) ”Morgendagens NRK: Allmennmedievirksomhet”, i *Norsk Medietidsskrift* årg 15, nr 4, s. 360 - 379

Moe, Hallvard (2009) *Public broadcasters the internet and Democracy*. Doktoravhandling (PhD) Universitetet I Bergen.

Pettersen, John Roald (2001) *Storbritannia*, Oslo: Gyldendal

Raboy, Marc. (1997) *Public broadcasting for the 21st century*.Luton: Luton press

Rasmussen, Terje (2002) *Nettmedier: journalistikk og medier på internett*.
Bergen:Fagbokforlaget

Storsul, Tanja (2008): 'Bakkenettet og allmennkringkastinga' i *Norsk Medietidsskrift* nr. 1. s 38-57

Smith Paul & Steemers Jeanette (2007) *BBC to the rescue: Digital switchover and the reinvention of public service broadcasting in Britain*, I Javnost – the public vol.14, nr 1

Siebert, Fred S. Et.al (1956) *Four theories of the press*. Chicago: university of Illinois Press”

Sundet,Vilde Schanke (2007) ”NRKs mobilsatsing i kommersielt grenseland”: *Vox publica* – magasin om demokrati og ytringsfrihet. URL: <http://voxpublica.no/2007/07/nrks-mobilsatsing-i-kommersielt-grenseland/> (Lest 26.4.2010)

Sundet,Vilde Schanke (2008)” Innovasjon og nyskapning i NRK: En analyse av plattform og sjangerbruk – i Rubenmann – prosjektet” i *Norsk medietidsskrift* årg 15 nr 4, s. 282 - 301

Syvertsen Trine (1991)” Kringkasting i 1990 – åra: Hvem er mest public service”? I Carlsson, Ulla (red) *Medier, manniskor, samhalle*. Gøteborg: Nordicom URL: <http://home.gethome.no/trine.syvertsen/PSB/anita.htm.htm> (lest 27.08.10)

Syvertsen (1992) *Public television in transition: A comperative and historical analysis of the BBC and the NRK*. Doktoravhandling: University of Leicester

Syvertsen, Trine (1997) *Den store tv-krigen: Norsk allmennfjernsyn 1988 – 1996*. Bergen: Fagbokforlaget

Syvertsen, Trine (1998) ”Dokumentanalyse i medievitenskapen: Tilgang, Kildekritikk, problemstilling”, Oslo: Institutt for medier og kommunikasjon, URL: <http://home.gethome.no/trine.syvertsen/TEORI&METODE/DOKANALYSE.htm> (Lesedato: 11.11.2010).

Syvertsen, Trine (1999) 'hva kan public service begrepet brukes til?', i Carlsson Ulla (red.) *Public service TV: Nordiske medieforskere reflekterer*, Gøteborg: Nordicom

Syvertsen, Trine (2001) *Kommersialisering, globalisering og konvergens*. Makt og demokratiutredningen 1998 – 2003 Rapportserien: Oslo Unipub forlag.

Syvertsen, Trine (2004) *Mediemangfold – Styring av mediene i et kommersialisert marked*, Kristiansand: IJ forlaget AS

Østbye, Helge (1995) *Mediepolitikk, skal medieutviklingen styres?* Oslo: Universitetsforlaget

Østbye, Helge et.al: (2007) *Metodebok for mediefag*. Bergen: Fagbokforlaget

Refererte dokumenter

Britiske dokumenter

Det Britiske kulturdepartements nettsider: publisert 8.7.2010 URL:
http://www.culture.gov.uk/news/ministers_speeches/7226.aspx

Digital Britain (2010) The BBC's role 2009: The BBC Executive's response to Digital Britain – the interim report.

DigitalUK: annual report 2010. URL:
http://www.digitaluk.co.uk/annualreport/switchover_progress

Ofcom: Digital television programme services. *Guidance notes for license applicants 2009*

Ofcom: Radio in digital Britain. *A submission from Ofcom to government 2009*

BBC digital. URL: <http://www.bbc.co.uk/digital/radio/index.shtml>

BBC mobile. URL: <http://www.bbc.co.uk/mobile/web/>

BBC Wordwide.URL: <http://www.bbcworldwide.com/about-us.aspx> lest 18.10.2010

BBC Iplayer. URL: http://iplayerhelp.external.bbc.co.uk/help/information/terms_conditions
lest 1.2.2011

Norske dokumenter

Gulltaggen – vinnere og nominerte. URL: <http://www.gulltaggen.no/11173/2004>

NTV informasjon – V/Anne Karin Augland. URL: http://www.ntv.no/om_ntv

NRK skole. URL: <http://www.nrk.no/skole/>

NRK Aktivum. URL: <http://nrkaktivum.no/>

NRK digitalradio. URL: http://www.nrk.no/programmer/radio/dab_digitalradio/1.6899745

NRK digitalradio URL: http://www.nrk.no/programmer/radio/dab_digitalradio/1.6658316

Vedtekter for Norsk rikskringkasting AS 1996. Sist Endret 2009

NRK podkast (2008) URL: <http://nrk.no/tjenester/podkast/1.4434674>

NRK (2010) årsrapport 2009: *folkets mediehus*

NRK (2008) notat: implementering av programbanken

NRK Brukerfunksjonalitet i programbanken

NRK(2007) Hva er prgrambanken

NRK(2007) Metadata i programbanken

NRK (2007) Historikk i programbanken

NRK(2003) Ny infrastruktur og programbank

NRK: Distribusjonsstrategi 2006 – 2010

NRK(2004) *Noe for alle alltid*. Overordnet strategi 2002 – 2006

NRK *Noe for alle alltid*. Overordnet strategi 2007 – 2012.

NRK (2004)*Noe for alle alltid*. Handlingsplan 2005 KDIV

NRK (2008) Overordnet strategi 2009 – 2012

TNS gallup mediebarometer (2010). URL: <http://rapp.tns-gallup.no/?aid=9072261>

TNS gallup mediebarometer/mobil (2010) URL: <http://www.tns-gallup.no/?did=9080956>

SSB befolkning (2010) URL: <http://www.ssb.no/befolkning/>

SSB Forbruk (2009) URL: <http://www.ssb.no/forbruk/>

SSB minifakta (2010) URL: <http://www.ssb.no/emner/00/minifakta/no/>

SSB innvandring (2010) URL <http://www.ssb.no/innvandring/>

SSB IKT (2009) URL: http://www.ssb.no/emner/10/03/sa_ikt/sa_118/kap5.pdf

SSB IKT (2010) URL: <http://www.ssb.no/emner/10/03/ikthus/tab-2010-09-24-01.html>

SSB IKT (2010) URL: <http://www.ssb.no/emner/10/03/ikthus/tab-2010-09-24-02.html>

SSB utdanningsnivå (2010) URL: <http://www.ssb.no/emner/04/01/utniv/tab-2010-06-25-01.html>

SSB Økonomi (2009) URL: <http://www.ssb.no/norge/okonomi.pdf>

St.meld.nr. 30 2006 – 2007 Kringkasting i en digital fremtid

St.meld. nr. 6 2008–2009 NRK plakaten – NRKs samfunnsoppdrag

St.meld. nr 8 2010 – 2011 Digitalisering av radiomediet

Store norske leksikon på nett URL: http://www.snl.no/Storbritannia_og_Nord-Irland

Store Norske Leksikon på nett. URL: <http://www.snl.no/Norge>

Andre dokumenter

Eurostat (2010) Economy and finance.URL:

http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-SF-10-062/EN/KS-SF-10-062-EN.PDF

Presseklipp

Aftenposten (01.09.09) Giske lover DAB – melding”, av Arve Henriksen. Lokalisert 29.8.2010 http://www.aftenposten.no/kul_und/article3244129.ece

BBC (14.12.2006) Personalised adverts on mobile tv” Lokalisert 27.09.2010 på <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6180509.stm>

Digitalradio Norge (9.8.2010) Kulturdepartementet i UK har bekreftet overgang til digitalradio”, av Jarle Ruud: Lokalisert 29.8.2010 på <http://www.dabdigitalradio.no/1.7242611>

Digi.no (18.4.2001) NRK og BBC sammen om digitalt innhold”, av Øystein Kvistad

Lokalisert 26.4.2010 på <http://www.digi.no/35400/nrk-og-bbc-sammen-om-mobilt-innhold>

Dagens næringsliv (22.11.2010) NRK og mediemangfold”, av Hans – Tore Bjerkaas

Dagens næringsliv (11.12.2010) NRK – sjef i forsvarsposisjon”, av Knut Selsjord

Journalisten (01.02.10) NRKs nettfordel under skarpt skyts”, av Helge Øgrim: Lokalisert 25.2.2010 <http://www.journalisten.no/story/60334>

NRK (2.9.2009) Forener krefter på digitalradio”, av Jon Annar Fordal: Lokalisert 30.8.2010
http://nrk.no/informasjon/nyheter_om_nrk/1.6757073

NRK (2.9.2010) NRK er nest størst på nett”, av Vilde Heljessen: Lokalisert 2.9.2010
<http://www.nrk.no/kultur-og-underholdning/1.7274977>

NRK (11.3.2008) BBC styrker nettsatsingen” av Glenn Slydal Johansen: Lokalisert 4.8.2010
<http://nrkbeta.no/2008/03/11/bbc-styrker-nettsatsingen/>

NRK (24.3.2010) NRK kutter nettreklame”, av Marit Hverven & Birger Kålsrud Jåsund:
Lokalisert 34.3.2010 <http://www.nrk.no/kultur-og-underholdning/1.7053523>

Vedlegg

Intervjuguide 1

1. Hva er din bakgrunn i NRK og hva innebærer stillingen din?
2. I din stilling, hvor vil du si at henter råd og inspirasjon fra med tanke på dine arbeidsoppgaver?
3. Hvordan ser du på din stilling eller arbeids område i NRK i forhold til de mer klassiske elementene/divisjonene i NRK?
4. Hvilken rolle vil du si at NRK beta skal ha?
5. Hva er ditt syn på NRK sin strategi for å være tilgjengelig og etablere seg på nye medier og plattformer?
6. I den pågående prosessen med overgang til et fullstendig digitalt mediesystem, hvor vil du si NRK henter inspirasjon og erfaringer?
7. Er noen aktører viktig som påvirkningskraft når NRK skal utvikle seg?
8. Hvordan vil du si BBC skiller seg fra NRK i deres satsing og fremførelse på nye medier?
9. Vil du si at NRK har en liberal politikk for deling av innhold?
10. Er BBC fortsatt en foregangsmodell for NRK?
11. Hvordan vil du karakterisere en allmennkringkaster med en godt innarbeidet digital strategi?

Intervjuguide 2

1. Hva er din bakgrunn i NRK og hvilke stillinger har du hatt?
2. I dine stillinger i NRK hvor vil du si at hentet råd og inspirasjon?
3. Har du eksempler på hvordan NRK eventuelt påvirket BBC?
4. Er det mulig å si noe om BBC nøy større respekt enn andre kanaler i NRK?
5. Hvordan vil du beskrive forskjellen fra dine 5 første år i NRK fra dine 5 siste?
6. Er det noen spesiell epoke hvor du føler at NRK er i ferd med å vokse seg bort fra BBC som inspirator?
7. Hva vil du si er den viktigste betydningen BBC har hatt for NRK?
8. Er det noen divisjoner i NRK hvor du følte BBCs stod spesielt sterkt, altså sterkere enn i andre divisjoner?
9. Når omleggingen mot et digitalt mediesystem startet på 1990 – tallet med nye plattformer som internett. Er det ditt inntrykk at BBC fortsatt var viktig kilde for NRK sine valg?
10. Din tid i NRK, hvordan vil du si at NRK skilte seg fra BBC som allmennkringkaster?
11. Er det noe annet du ønsker å tilføye?